PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Bogotá, noviembre 30 de 2023

Señor (a)
DAVID MEJIA VARÓN
SUPERVISOR(A) **CONTRATO No.4508211**
COORDINADOR ACADEMICO DE MERCADEO Y LOGISTICA
Dependencia MERCADEO Y LOGISTICA
Bogotá

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes noviembre del año 2023

Referencia: No **4508211** del año 2023

WILSON ORLANDO AREVALO MONTAÑA, identificado con la cédula de ciudadanía No. 79.684.931 de Bogotá, en mi calidad de Contratista del SENA, en MERCADEO, 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: El valor total del presente contrato es máximo de CUARENTA MILLONES NOVECIENTOS CINCUENTA MIL PESOS M/CTE ($40.950.000) Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a) diez (10) pagos iguales por los meses de febrero a noviembre de 2023, por valor de TRES MILLONES NOVECIENTOS MIL PESOS M/CTE ($3.900.000) cada uno. b) Un último pago correspondiente al mes de diciembre de 2023 por valor de UN MILLÓN NOVECIENTOS CINCUENTA MIL PESOS M/CTE ($1.950.000).

Plazo: Será hasta el 15 de diciembre de 2023.

OBJETO: (Trascriba el objeto del contrato, dentro del siguiente cuadro)
Prestar servicios personales de carácter temporal para impartir formación según programación establecida por el centro, en los diferentes niveles de formación para el área de mercadeo, comercio y ventas

Obligaciones Específicas: (Trascriba las obligaciones específicas del contrato, dentro del siguiente cuadro)

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	a) Cumplir con la programación académica predeterminada por la Coordinación Académica en los programas y competencias (acorde que se requiera que el instructor imparta) de acuerdo con las normas, la red de conocimiento y el área temática, procesos y metodologías pedagógicas, estrategias didácticas activas, formación por proyectos y los productos institucionales.	Impartir formación profesional integral en el área de Mercadeo. Especialización en Diseño y Desarrollo de Investigación de mercados. TAS 10 TGM CF7 TCC 24 TCC 26	Sofia Plus
2	b) Acompañar y Asesorar en forma permanente e integral a los aprendices en el proceso de formación por proyectos durante la vigencia del contrato.	Seguimiento y evaluación de los proyectos de formación.	Sofia plus y portafolio instructor
3	c) Presentar los reportes de Juicios de evaluación de Aprendices y demás informes dentro de los plazos estipulados por el Centro, el Sistema	Los informes académicos se realizaran a más tardar ocho días después de la terminación de un resultado de aprendizaje.	Sofia plus

	Integrado de Gestión y Autocontrol (Plataforma Compromiso) y el Reglamento para Aprendices del Sena, para tal efecto.		
4	d) Preparar, orientar, desarrollar, apoyar y evaluar procesos de aprendizaje por medios físicos o electrónicos, en cualquiera de las estrategias de respuesta institucional para los diferentes grupos poblacionales objeto de Formación Profesional Integral	Alistamiento y preparación de material de clases, elaboración de guías e instrumentos de evaluación	Portafolio del instructor
5	e) Desarrollar mecanismos que faciliten la reflexión, la innovación, el espíritu investigativo, la creatividad y la autoevaluación en los aprendices para su mejoramiento continuo.	Realizar talleres de reflexión, innovación e investigación en el ambiente de aprendizaje	Evidencias en Territorium
6	f) Evaluar, innovar y mejorar continuamente el proceso de aprendizaje, las estrategias	Preparación y desarrollo de técnicas didácticas activas, apoyo de la plataforma	Sofia plus y portafolio instructor

	pedagógicas, el medio ambiente educativo, el rendimiento académico de los aprendices y el empleo de medíos didácticos físicos y electrónicos.	como herramienta de aprendizaje,	
7	g) Participar en el desarrollo de innovaciones pedagógicas y del área específica en que se desempeñe, mediante proyectos de investigación, participación en semilleros de investigación o líneas de investigación, en concordancia con el plan que sobre este aspecto tenga definido el área académica, concertado con el supervisor del contrato.	Diseño planeación pedagógica y guías de aprendizaje.	Portafolio Instructor
8	h) Entregar documentos de proyectos de investigación, publicaciones, ponencias o productos asociados en caso de participar en la gestión de semilleros de investigación del área académica respectiva, en	Evaluación de conocimientos previos formación a través de ambientes especializados	Formato de planeación y Sofia plus

	armonía con el plan de trabajo definido para el mismo.		
	i) Formular, ejecutar y evaluar diagnósticos que conlleven a la actualización y creación de diseños, planes, programas, procesos y productos propios de las actividades del centro de formación, acordes con su especialidad y área de desempeño, y según las necesidades del entorno.	Diseño de estructuras curriculares	Estructura Curricular
9	j) Colaborar en el diseño y ejecución de programas de actualización de instructores del SENA y de otras entidades, en aspectos pedagógicos y de la especialidad en que imparte Formación Profesional Integral.	Diseño de estructuras curriculares	Estructura Curricular
10	k) Participar activamente en el Plan de Mejoramiento y Actualización de Instructores.	Participación activa en capacitación y norma de competencia laboral	Certificaciones- Sofía plus
11	l) Participar en procesos de promoción de los programas de	Transferencia de	Programa de formación

	Formación Profesional Integral, servicios y actividades de Divulgación Tecnológica, programados por el Centro de Formación.	programas formación	complementaria
12	m) Coadyuvar en el proceso de ingreso e inducción de aprendices.	Aplicación de entrevistas y procesos de selección	Sofía plus
13	n) Rendir oportunamente los informes (planillas, reportes, formatos y plataformas virtuales) requeridos sobre las acciones encomendadas y los productos resultantes de procesos de aprendizaje realizados por aprendices a quienes imparte formación Profesional.	Informe de actividades académicas y de evaluación	Sofía plus
14	o) Incorporar las tendencias tecnológicas, pedagógicas y de gestión, al diseño técnico pedagógico de las diferentes acciones de formación profesional en su especialidad.	Aplicación y diseño guías de aprendizaje	Portafolio del Instructor

15	p) Participar en los comités de evaluación, actividades de aseguramiento de la calidad, asistir puntualmente a las clases programadas, colaborar activamente con las disposiciones sobre aseo y orden de los ambientes de formación físicos o virtuales, tener sentido de pertenencia con la Institución.	Citación a comité académico, control de inasistencia y consecución de la formación de acuerdo a programación.	Actas de comité, formato registro de inasistencias, planeación pedagógica
16	q) Presentar en forma mensual al Coordinador Académico el reporte de ejecución de actividades, registrando las novedades sucedidas en el periodo académico que afectaron la ejecución de la programación académica mínima establecida, el cual entregará al respectivo Coordinador Académico o responsable del área.	Informe mensual de actividades académicas	Sofía plus_ informe actividades académicas
17	r) El contratista debe aplicar antes de la finalización del	Certificación en norma de competencia laboral de	Sofía plus- certificaciones

	contrato al proceso de certificación de competencias según normas de competencias que aplican a la obligación de instructor, así como a los procesos que el SENA adelanta para certificar habilidades pedagógicas, de los instructores.	orientación de procesos pedagógicos.	académicas
18	s) El contratista se compromete a hacer uso de la bata blanca larga, con el logo del SENA en color naranja en el bolsillo de la parte superior, en el desarrollo de todas las actividades de formación y las que deriven del presente contrato, dentro y fuera de las instalaciones del SENA.	Compra de la bata con el logo del SENA	Uso de la bata dentro del centro de formación

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	FECHA DE DESPLAZAMIENTO INICIAL	FECHA DE DESPLAZAMIENTO FINAL
1.	XX	XX	XX	XX
2.	XX	XX	XX	XX

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. 71944155 de la planilla, expedida por Mi Planilla correspondiente al mes de octubre de 2023. (Decreto Ley 2106 de 2019 – "Decreto Ley Antitrámites")

Evidencias en (xx) folios

Cordialmente,

Firma
WILSON ORLANDO AREVALO MONTAÑA
Contratista
C.C. No. 79.684.931

Recibí a satisfacción:

Firma
DAVID MEJIA VARON
Supervisor(a) CONTRATO No. 4508211 de 2023
Coordinador Académico Mercadeo y Logística

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: WILSON ORLANDO AREVALO MONTAÑA

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE GESTION DE MERCADOS, LOGISTICA Y TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION

FECHA INICIAL: 01/10/2023 00:00:00

FECHA FINAL: 31/10/2023 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2826150 - COMUNICACIÓN COMERCIAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: CONTACTAR CLIENTES DE ACUERDO CON SUS NECESIDADES Y POLÍTICAS COMERCIALES DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

PREPARAR E IDENTIFICAR LOS ELEMENTOS COMPONENTES DE UNA OFERTA O PROPUESTA DE VENTAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADO Y LA MEDICIÓN DE LA OFERTA VERSUS INDICADORES DE IMPACTO DE LA MISMA CON EL APOYO DE SOFTWARE Y MEDIOS TECNOLÓGICOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.

REALIZAR LA PROSPECTACIÓN DE CLIENTES TENIENDO EN CUENTA FACTORES PERSONALES Y SOCIALES REQUERIDOS PARA LA SELECCIÓN DE LOS CLIENTES UTILIZANDO SISTEMA MANUAL O SISTEMATIZADO CON EL FIN DE DETERMINAR QUIENES SON Y QUE NECESIDADES TIENEN DE ACUERDO CON EL PRODUCTO O SERVICIO OFRECIDO Y LOS OBJETIVOS DE MERCADO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: CREAR PIEZAS DE COMUNICACIÓN CON BASE EN LA PROPUESTA DE COMUNICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DISEÑAR Y ELABORAR BOCETOS DE AVISOS E IMÁGENES COMERCIALES PREVIA REVISIÓN DEL STORY-BOARD APLICANDO PROCEDIMIENTOS QUE SIGUE EN DISEÑO DE IMÁGENES CON EL APOYO DE UN SOFTWARE ESPECIAL DE DISEÑO PARA LA ELABORACIÓN DE LAS IMÁGENES DE ILUSTRACIÓN DE UNA HISTORIA

EVALUAR EL MENSAJE REDACTADO FRENTE A LA ESTRATEGIA CREATIVA PARA MEDIR LA SÍNTESIS Y EL IMPACTO NECESARIO PARA SU RECORDACIÓN, POSTERIOR ADHESIÓN Y CAMBIO DE ACTITUD POR PARTE DEL RECEPTOR.

REDACTAR TEXTOS ESTABLECIENDO LAS DIFERENCIAS DE CADA MENSAJE SEGÚN EL MEDIO SELECCIONADO, DE ACUERDO CON LAS ORIENTACIONES DEL BREAFING.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DESARROLLAR ESTUDIOS CUALITATIVOS SEGÚN MODELO METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN, E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR LOS RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN SEGÚN METAS ORGANIZACIONALES TENIENDO EN CUENTA LAS VARIABLES DE GESTIÓN Y ÁREAS DE RENDIMIENTO IDENTIFICANDO LAS DEBILIDADES Y FORTALEZAS DEL TALENTO HUMANO SEGÚN POLÍTICAS DE GESTIÓN Y NECESIDADES DE LAS ÁREAS Y PROCESOS

COORDINAR EL TALENTO HUMANO APOYADO POR TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN TENIENDO EN CUENTA LA SITUACIÓN DE DISTRIBUCIÓN Y ASIGNACIÓN DE FUNCIONES ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE ACTIVIDADES DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS, ESTRATEGIAS, TIEMPOS Y RECURSOS SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

EVALUAR LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO TENIENDO EN CUENTA EL DESARROLLO DE LAS FUNCIONES CON RELACIÓN A METAS ESTABLECIDAS Y TIEMPOS GESTIÓN SEGÚN NIVELES DE RENDIMIENTO A PARTIR DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS A NIVEL INTERNO Y EXTERNO SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

REALIZAR EL ENTRENAMIENTO Y EL SEGUIMIENTO DE LA EFECTIVIDAD DEL DESEMPEÑO DEL TALENTO HUMANO EN EL PUESTO DE TRABAJO, EL ESTILO DE DIRECCIÓN UTILIZADA Y EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS PROPUESTOS EN CADA PROCESO SEGÚN PLANES DE MEJORAMIENTO ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN CON BASE EN LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO Y EL MERCADO

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE UNA CAMPAÑA, SEGÚN PRODUCTO, PÚBLICO OBJETIVO, PRESUPUESTO Y OBJETIVOS DADOS EN EL BRIEFING A PARTIR DE LOS ELEMENTOS QUE COMPONEN LA PLATAFORMA DE COMUNICACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA, PARA CUMPLIR CON LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.

ELABORAR EL PLAN DE MEDIOS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS Y VERIFICANDO COMPONENTES DE LOS FACTORES QUE DEBE CONSIDERAR UN PLAN DE MEDIOS, TENIENDO EN CUENTA EL ALCANCE Y TIPO DE MEDIOS, PARA GARANTIZAR LA EFICIENCIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA.

ELABORAR Y REVISAR EL PLAN DE MEDIOS Y VERIFICAR LOS DIVERSOS COMPONENTES DEL PLAN MEDIANTE LA IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES QUE LO INTEGRAN Y LOS ELEMENTOS QUE COMPONEN LA PLATAFORMA DE COMUNICACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: ESTABLECER LA ESTRUCTURA DE LA CAMPAÑA SEGÚN OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ACORDAR LA PAUTA CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE ACUERDO CON LA DISTRIBUCIÓN DE TIEMPO, FRECUENCIA Y COSTO EN DETERMINADO MEDIO, UTILIZANDO MÉTODOS ESTABLECIDOS PARA LA EVALUACIÓN, CON BASE EN EL ANÁLISIS DE EFECTIVIDAD Y RENTABILIDAD.

ELABORAR EL CONTRATO CON EL MEDIO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS Y CONDICIONES PARA LA CONTRATACIÓN DE LA CAMPAÑA, DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS A TENER EN CUENTA EN LOS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN SEGÚN EL TIPO DE MEDIO

SELECCIONAR LOS MEDIOS A PAUTAR EN LA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA UN PRODUCTO O SERVICIO ESPECÍFICO, CON BASE EN LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS, DISTINGUIENDO SUS VENTAJAS Y DESVENTAJAS.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.

DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.

EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.

PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS SUBÁREAS Y LOS OBJETIVOS DE

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: MANEJAR CONTACTOS COMERCIALES DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD DE MERCADEO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

MANEJAR LAS RELACIONES PÚBLICAS CON LOS DIFERENTES ACTORES QUE INTERVIENEN EN EL EVENTO TENIENDO EN CUENTA LOS ASPECTOS DE COMUNICACIÓN, LOGÍSTICA Y GENERACIÓN DE INFORMACIÓN DENTRO DE LAS FECHAS SEÑALADAS Y LA PROGRAMACIÓN ESTABLECIDA SEGÚN EL PROGRAMA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE LA EMPRESA.

ORGANIZAR LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON EL DESARROLLO DE LOS EVENTOS FRENTE A LOS RESULTADOS OBTENIDOS VS. LOS OBJETIVOS EMPRESARIALES UTILIZANDO HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DE INFORMACIÓN PARA EL SEGUIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES PROGRAMADAS TENIENDO EN CUENTA EL TIPO DE EVENTO SEGÚN LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

REALIZAR CONTRATOS FRENTE A LOS REQUERIMIENTOS DEL EVENTO DE ACUERDO CON LA REVISIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN, EL PRESUPUESTO Y LAS NORMAS LEGALES PARA GARANTIZAR LA CALIDAD DEL SERVICIO, SEGÚN LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LOS MENSAJES PUBLICITARIOS APLICANDO LAS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESARROLLAR PROCESOS PARA LA MEDICIÓN DEL GRADO DE SATISFACCIÓN Y LEALTAD DE LOS CLIENTES A PARTIR DE LOS SISTEMAS DE SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LOS MENSAJES, DE ACUERDO CON SU FRECUENCIA DE TRANSMISIÓN Y EXPOSICIÓN, PARA GARANTIZAR LA EFECTIVIDAD DE LA CAMPAÑA SEGÚN OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA EMPRESA.

DETERMINAR LA UTILIDAD ECONÓMICA DE LA CAMPAÑA, A PARTIR DE LA COBERTURA ALCANZADA DE LOS MEDIOS Y LOS COSTOS DE INVERSIÓN PUBLICITARIA, DE ACUERDO CON LA PARTICIPACIÓN E INCREMENTO EN LAS VENTAS, EMPLEANDO

ESPECIALIZADO CON EL FIN DE PUNTUALIZAR SU RENTABILIDAD Y ALCANZAR LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

ESTIMAR EL IMPACTO DEL MENSAJE, APLICANDO MÉTODOS DE MEDICIÓN CUALITATIVA, CUANTITATIVA Y LOS INDICADORES DE EVALUACIÓN RELACIONADOS CON LA EFECTIVIDAD DE LOS MENSAJES, SEGÚN NECESIDADES PUBLICITARIAS DE LA EMPRESA, PARA DETERMINAR EL TOP OF MIND DEL CONSUMIDOR FRENTE A LOS PRODUCTOS O SERVICIOS.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ACORDAR TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN Y CONDICIONES COMERCIALES, PREVIA REVISIÓN DE LAS PARTES DEL CONTRATO ESTRUCTURADO, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS LEGALES DE NEGOCIACIÓN Y POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS APLICANDO TÉCNICAS DE ARGUMENTACIÓN Y CIERRE DE VENTAS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN.

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.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA EMPRESA.

ESTABLECER DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO CON EL APOYO DE LAS TECNOLOGÍAS INFORMÁTICAS EN LA DEFINICIÓN DE METAS Y OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO APLICANDO PROCESOS, TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS SEGÚN METAS Y OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

FORMULAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS PARA LA GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS A PARTIR DE LOS RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO.

REALIZAR DIAGNÓSTICOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO Y CON EL APOYO DE SOFTWARE.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PREPARAR LOS ELEMENTOS DE APOYO PARA EL DISEÑO DEL MENSAJE Y LA REALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA CON BASE EN LOS OBJETIVOS DE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ACOPIAR, ANALIZAR, CLASIFICAR Y EVALUAR LA INFORMACIÓN QUE BRINDA EL ANUNCIANTE, DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE COMUNICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO PARA LA ELABORACIÓN ESCRITA DEL BRIEFING DE SU EMPRESA SEGÚN SUS OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

ELABORAR EL BRIEFING ESCRITO FIDEDIGNO DE UN PRODUCTO O SERVICIO FRENTE A LA INFORMACIÓN PRESENTADA POR LA EMPRESA ANUNCIANTE, EN RELACIÓN CON LOS ANTECEDENTES DEL MERCADO, DEL HISTORIAL DE LA EMPRESA Y DE SU PRODUCTO O SERVICIO, PARA SER CONSULTADO POR LAS AGENCIAS O EL ANUNCIANTE DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES

ELABORAR Y REVISAR EL PORTAFOLIO PARA PRODUCTOS, EN FORMA MANUAL O SISTEMATIZADA, TENIENDO EN CUENTA LAS VARIABLES Y EL PROCEDIMIENTO QUE SE SIGUE PARA EL ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES, EL PRODUCTO O SERVICIO Y LAS TENDENCIAS DEL MERCADO DE ACUERDO CON LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE LA EMPRESA Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

APLICAR EN LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS REALES DEL SECTOR PRODUCTIVO, LOS CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS PERTINENTES A LAS COMPETENCIAS DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN ASUMIENDO ESTRATEGIAS Y METODOLOGÍAS DE AUTOGESTIÓN

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 33,70

FICHA DE APRENDIZAJE: 2687399 - GESTIÓN DE MERCADOS

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR LOS RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN SEGÚN METAS ORGANIZACIONALES TENIENDO EN CUENTA LAS VARIABLES DE GESTIÓN Y ÁREAS DE RENDIMIENTO IDENTIFICANDO LAS DEBILIDADES Y FORTALEZAS DEL TALENTO HUMANO SEGÚN POLÍTICAS DE GESTIÓN Y NECESIDADES DE LAS ÁREAS Y PROCESOS

COORDINAR EL TALENTO HUMANO APOYADO POR TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN TENIENDO EN CUENTA LA SITUACIÓN DE DISTRIBUCIÓN Y ASIGNACIÓN DE FUNCIONES ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE ACTIVIDADES DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS, ESTRATEGIAS, TIEMPOS Y RECURSOS SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

EVALUAR LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO TENIENDO EN CUENTA EL DESARROLLO DE LAS FUNCIONES CON RELACIÓN A METAS ESTABLECIDAS Y TIEMPOS GESTIÓN SEGÚN NIVELES DE RENDIMIENTO A PARTIR DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS A NIVEL INTERNO Y EXTERNO SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

REALIZAR EL ENTRENAMIENTO Y EL SEGUIMIENTO DE LA EFECTIVIDAD DEL DESEMPEÑO DEL TALENTO HUMANO EN EL PUESTO DE TRABAJO, EL ESTILO DE DIRECCIÓN UTILIZADA Y EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS PROPUESTOS EN CADA PROCESO SEGÚN PLANES DE MEJORAMIENTO ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DISEÑAR EL PROYECTO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA INVESTIGACIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DISEÑAR PROTOTIPOS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES Y CUMPLAN LA NORMATIVIDAD LEGAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.

DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.

EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.

PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS SUBÁREAS Y LOS OBJETIVOS DE

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IMPLEMENTAR LAS ACCIONES DE PENETRACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO DE ACUERDO CON LA RENTABILIDAD Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: MANEJAR CONTACTOS COMERCIALES DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD DE MERCADEO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

MANEJAR LAS RELACIONES PÚBLICAS CON LOS DIFERENTES ACTORES QUE INTERVIENEN EN EL EVENTO TENIENDO EN CUENTA LOS ASPECTOS DE COMUNICACIÓN, LOGÍSTICA Y GENERACIÓN DE INFORMACIÓN DENTRO DE LAS FECHAS SEÑALADAS Y LA PROGRAMACIÓN ESTABLECIDA SEGÚN EL PROGRAMA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE LA EMPRESA.

ORGANIZAR LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON EL DESARROLLO DE LOS EVENTOS FRENTE A LOS RESULTADOS OBTENIDOS VS. LOS OBJETIVOS EMPRESARIALES UTILIZANDO HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DE INFORMACIÓN PARA EL SEGUIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES PROGRAMADAS TENIENDO EN CUENTA EL TIPO DE EVENTO SEGÚN LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

REALIZAR CONTRATOS FRENTE A LOS REQUERIMIENTOS DEL EVENTO DE ACUERDO CON LA REVISIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN, EL PRESUPUESTO Y LAS NORMAS LEGALES PARA GARANTIZAR LA CALIDAD DEL SERVICIO, SEGÚN LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ACORDAR TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN Y CONDICIONES COMERCIALES, PREVIA REVISIÓN DE LAS PARTES DEL CONTRATO ESTRUCTURADO, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS LEGALES DE NEGOCIACIÓN Y POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS APLICANDO TÉCNICAS DE ARGUMENTACIÓN Y CIERRE DE VENTAS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN.

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.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA EMPRESA.

ESTABLECER DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO CON EL APOYO DE LAS TECNOLOGÍAS INFORMÁTICAS EN LA DEFINICIÓN DE METAS Y OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO APLICANDO PROCESOS, TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS SEGÚN METAS Y OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

FORMULAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS PARA LA GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS A PARTIR DE LOS RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO.

REALIZAR DIAGNÓSTICOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO Y CON EL APOYO DE SOFTWARE.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

APLICAR EN LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS REALES DEL SECTOR PRODUCTIVO, LOS CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS PERTINENTES A LAS COMPETENCIAS DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN ASUMIENDO ESTRATEGIAS Y METODOLOGÍAS DE AUTOGESTIÓN

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 47,70

FICHA DE APRENDIZAJE: 2826163 - COMUNICACIÓN COMERCIAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: CONTACTAR CLIENTES DE ACUERDO CON SUS NECESIDADES Y POLÍTICAS COMERCIALES DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

PREPARAR E IDENTIFICAR LOS ELEMENTOS COMPONENTES DE UNA OFERTA O PROPUESTA DE VENTAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADO Y LA MEDICIÓN DE LA OFERTA VERSUS INDICADORES DE IMPACTO DE LA MISMA CON EL APOYO DE SOFTWARE Y MEDIOS TECNOLÓGICOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.

REALIZAR LA PROSPECTACIÓN DE CLIENTES TENIENDO EN CUENTA FACTORES PERSONALES Y SOCIALES REQUERIDOS PARA LA SELECCIÓN DE LOS CLIENTES UTILIZANDO SISTEMA MANUAL O SISTEMATIZADO CON EL FIN DE DETERMINAR QUIENES SON Y QUE NECESIDADES TIENEN DE ACUERDO CON EL PRODUCTO O SERVICIO OFRECIDO Y LOS OBJETIVOS DE MERCADO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: CREAR PIEZAS DE COMUNICACIÓN CON BASE EN LA PROPUESTA DE COMUNICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DISEÑAR Y ELABORAR BOCETOS DE AVISOS E IMÁGENES COMERCIALES PREVIA REVISIÓN DEL STORY-BOARD APLICANDO PROCEDIMIENTOS QUE SIGUE EN DISEÑO DE IMÁGENES CON EL APOYO DE UN SOFTWARE ESPECIAL DE DISEÑO PARA LA ELABORACIÓN DE LAS IMÁGENES DE ILUSTRACIÓN DE UNA HISTORIA

EVALUAR EL MENSAJE REDACTADO FRENTE A LA ESTRATEGIA CREATIVA PARA MEDIR LA SÍNTESIS Y EL IMPACTO NECESARIO PARA SU RECORDACIÓN, POSTERIOR ADHESIÓN Y CAMBIO DE ACTITUD POR PARTE DEL RECEPTOR.

REDACTAR TEXTOS ESTABLECIENDO LAS DIFERENCIAS DE CADA MENSAJE SEGÚN EL MEDIO SELECCIONADO, DE ACUERDO CON LAS ORIENTACIONES DEL BREAFING.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DESARROLLAR ESTUDIOS CUALITATIVOS SEGÚN MODELO METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN, E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR LOS RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN SEGÚN METAS ORGANIZACIONALES TENIENDO EN CUENTA LAS VARIABLES DE GESTIÓN Y ÁREAS DE RENDIMIENTO IDENTIFICANDO LAS DEBILIDADES Y FORTALEZAS DEL TALENTO HUMANO SEGÚN POLÍTICAS DE GESTIÓN Y NECESIDADES DE LAS ÁREAS Y PROCESOS

COORDINAR EL TALENTO HUMANO APOYADO POR TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN TENIENDO EN CUENTA LA SITUACIÓN DE DISTRIBUCIÓN Y ASIGNACIÓN DE FUNCIONES ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE ACTIVIDADES DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS, ESTRATEGIAS, TIEMPOS Y RECURSOS SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

EVALUAR LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO TENIENDO EN CUENTA EL DESARROLLO DE LAS FUNCIONES CON RELACIÓN A METAS ESTABLECIDAS Y TIEMPOS GESTIÓN SEGÚN NIVELES DE RENDIMIENTO A PARTIR DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS A NIVEL INTERNO Y EXTERNO SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

REALIZAR EL ENTRENAMIENTO Y EL SEGUIMIENTO DE LA EFECTIVIDAD DEL DESEMPEÑO DEL TALENTO HUMANO EN EL PUESTO DE TRABAJO, EL ESTILO DE DIRECCIÓN UTILIZADA Y EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS PROPUESTOS EN CADA PROCESO SEGÚN PLANES DE MEJORAMIENTO ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN CON BASE EN LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO Y EL MERCADO

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE UNA CAMPAÑA, SEGÚN PRODUCTO, PÚBLICO OBJETIVO, PRESUPUESTO Y OBJETIVOS DADOS EN EL BRIEFING A PARTIR DE LOS ELEMENTOS QUE COMPONEN LA PLATAFORMA DE COMUNICACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA, PARA CUMPLIR CON LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.

ELABORAR EL PLAN DE MEDIOS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS Y VERIFICANDO COMPONENTES DE LOS FACTORES QUE DEBE CONSIDERAR UN PLAN DE MEDIOS, TENIENDO EN CUENTA EL ALCANCE Y TIPO DE MEDIOS, PARA GARANTIZAR LA EFICIENCIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA.

ELABORAR Y REVISAR EL PLAN DE MEDIOS Y VERIFICAR LOS DIVERSOS COMPONENTES DEL PLAN MEDIANTE LA IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES QUE LO INTEGRAN Y LOS ELEMENTOS QUE COMPONEN LA PLATAFORMA DE COMUNICACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: ESTABLECER LA ESTRUCTURA DE LA CAMPAÑA SEGÚN OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ACORDAR LA PAUTA CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE ACUERDO CON LA DISTRIBUCIÓN DE TIEMPO, FRECUENCIA Y COSTO EN DETERMINADO MEDIO, UTILIZANDO MÉTODOS ESTABLECIDOS PARA LA EVALUACIÓN, CON BASE EN EL ANÁLISIS DE EFECTIVIDAD Y RENTABILIDAD.

ELABORAR EL CONTRATO CON EL MEDIO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS Y CONDICIONES PARA LA CONTRATACIÓN DE LA CAMPAÑA, DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS A TENER EN CUENTA EN LOS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN SEGÚN EL TIPO DE MEDIO

SELECCIONAR LOS MEDIOS A PAUTAR EN LA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA UN PRODUCTO O SERVICIO ESPECÍFICO, CON BASE EN LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS, DISTINGUIENDO SUS VENTAJAS Y DESVENTAJAS.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.

DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.

EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.

PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA

COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS SUBÁREAS Y LOS OBJETIVOS DE

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: MANEJAR CONTACTOS COMERCIALES DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD DE MERCADEO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

MANEJAR LAS RELACIONES PÚBLICAS CON LOS DIFERENTES ACTORES QUE INTERVIENEN EN EL EVENTO TENIENDO EN CUENTA LOS ASPECTOS DE COMUNICACIÓN, LOGÍSTICA Y GENERACIÓN DE INFORMACIÓN DENTRO DE LAS FECHAS SEÑALADAS Y LA PROGRAMACIÓN ESTABLECIDA SEGÚN EL PROGRAMA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE LA EMPRESA.

ORGANIZAR LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON EL DESARROLLO DE LOS EVENTOS FRENTE A LOS RESULTADOS OBTENIDOS VS. LOS OBJETIVOS EMPRESARIALES UTILIZANDO HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DE INFORMACIÓN PARA EL SEGUIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES PROGRAMADAS TENIENDO EN CUENTA EL TIPO DE EVENTO SEGÚN LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

REALIZAR CONTRATOS FRENTE A LOS REQUERIMIENTOS DEL EVENTO DE ACUERDO CON LA REVISIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN, EL PRESUPUESTO Y LAS NORMAS LEGALES PARA GARANTIZAR LA CALIDAD DEL SERVICIO, SEGÚN LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LOS MENSAJES PUBLICITARIOS APLICANDO LAS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESARROLLAR PROCESOS PARA LA MEDICIÓN DEL GRADO DE SATISFACCIÓN Y LEALTAD DE LOS CLIENTES A PARTIR DE LOS SISTEMAS DE SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LOS MENSAJES, DE ACUERDO CON SU FRECUENCIA DE TRANSMISIÓN Y EXPOSICIÓN, PARA GARANTIZAR LA EFECTIVIDAD DE LA CAMPAÑA SEGÚN OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA EMPRESA.

DETERMINAR LA UTILIDAD ECONÓMICA DE LA CAMPAÑA, A PARTIR DE LA COBERTURA ALCANZADA DE LOS MEDIOS Y LOS COSTOS DE INVERSIÓN PUBLICITARIA, DE ACUERDO CON LA PARTICIPACIÓN E INCREMENTO EN LAS VENTAS, EMPLEANDO SOFTWARE ESPECIALIZADO CON EL FIN DE PUNTUALIZAR SU RENTABILIDAD Y ALCANZAR LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

ESTIMAR EL IMPACTO DEL MENSAJE, APLICANDO MÉTODOS DE MEDICIÓN CUALITATIVA, CUANTITATIVA Y LOS INDICADORES DE EVALUACIÓN RELACIONADOS CON LA EFECTIVIDAD DE LOS MENSAJES, SEGÚN NECESIDADES PUBLICITARIAS DE LA EMPRESA, PARA DETERMINAR EL TOP OF MIND DEL CONSUMIDOR FRENTE A LOS PRODUCTOS O SERVICIOS.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ACORDAR TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN Y CONDICIONES COMERCIALES, PREVIA REVISIÓN DE LAS PARTES DEL CONTRATO ESTRUCTURADO, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS LEGALES DE NEGOCIACIÓN Y POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS APLICANDO TÉCNICAS DE ARGUMENTACIÓN Y CIERRE DE VENTAS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN.

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.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA EMPRESA.

ESTABLECER DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO CON EL APOYO DE LAS TECNOLOGÍAS INFORMÁTICAS EN LA DEFINICIÓN DE METAS Y OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO APLICANDO PROCESOS, TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS SEGÚN METAS Y OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

FORMULAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS PARA LA GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS A PARTIR DE LOS RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO.

REALIZAR DIAGNÓSTICOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO Y CON EL APOYO DE SOFTWARE.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PREPARAR LOS ELEMENTOS DE APOYO PARA EL DISEÑO DEL MENSAJE Y LA REALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA CON BASE EN LOS OBJETIVOS DE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ACOPIAR, ANALIZAR, CLASIFICAR Y EVALUAR LA INFORMACIÓN QUE BRINDA EL ANUNCIANTE, DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE COMUNICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO PARA LA ELABORACIÓN ESCRITA DEL BRIEFING DE SU EMPRESA SEGÚN SUS OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

ELABORAR EL BRIEFING ESCRITO FIDEDIGNO DE UN PRODUCTO O SERVICIO FRENTE A LA INFORMACIÓN PRESENTADA POR LA EMPRESA ANUNCIANTE, EN RELACIÓN CON LOS ANTECEDENTES DEL MERCADO, DEL HISTORIAL DE LA EMPRESA Y DE SU PRODUCTO O SERVICIO, PARA SER CONSULTADO POR LAS AGENCIAS O EL ANUNCIANTE DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES

ELABORAR Y REVISAR EL PORTAFOLIO PARA PRODUCTOS, EN FORMA MANUAL O SISTEMATIZADA, TENIENDO EN CUENTA LAS VARIABLES Y EL PROCEDIMIENTO QUE SE SIGUE PARA EL ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES, EL PRODUCTO O SERVICIO Y LAS TENDENCIAS DEL MERCADO DE ACUERDO CON LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE LA EMPRESA Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

APLICAR EN LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS REALES DEL SECTOR PRODUCTIVO, LOS CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS PERTINENTES A LAS COMPETENCIAS DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN ASUMIENDO ESTRATEGIAS Y METODOLOGÍAS DE AUTOGESTIÓN

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 47,50

FICHA DE APRENDIZAJE: 2774481 - ASESORIA COMERCIAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESCRIBIR LOS NIVELES DE ORGANIZACIÓN BIOLÓGICA SEGÚN EL ENTORNO PRODUCTIVO Y SOCIAL.

IDENTIFICAR SITUACIONES DEL ENTORNO PRODUCTIVO Y SOCIAL MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PRINCIPIOS Y CONCEPTOS DE BIOLOGÍA.

INTERPRETAR LAS INTERRELACIONES ENTRE LOS NIVELES DE ORGANIZACIÓN BIOLÓGICA SEGÚN EL ENTORNO PRODUCTIVO Y SOCIAL.

VERIFICAR LA APLICACIÓN DE FUNDAMENTOS DE LA BIOLOGÍA EN LA RESOLUCIÓN DE SITUACIONES PROBLEMÁTICAS DE ACUERDO CON EL ENTORNO PRODUCTIVO Y SOCIAL.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. INTERPRETAR LOS PROBLEMAS AMBIENTALES Y DE SST TENIENDO EN CUENTA LOS PLANES Y PROGRAMAS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN Y EL ENTORNO SOCIAL

2. EFECTUAR LAS ACCIONES PARA LA PREVENCIÓN Y CONTROL DE LA PROBLEMÁTICA AMBIENTAL Y DE SST, TENIENDO EN CUENTA LOS PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN

3. VERIFICAR LAS CONDICIONES AMBIENTALES Y DE SST ACORDE CON LOS LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS PARA EL ÁREA DE DESEMPEÑO LABORAL

4. REPORTAR LAS CONDICIONES Y ACTOS QUE AFECTEN LA PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y LA SST, DE ACUERDO CON LOS LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS EN EL CONTEXTO ORGANIZACIONAL Y SOCIAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. INTERPRETAR EL SENTIDO DE LA COMUNICACIÓN COMO MEDIO DE EXPRESIÓN SOCIAL, CULTURAL, LABORAL Y ARTÍSTICA

2. DECODIFICAR MENSAJES COMUNICATIVOS EN SITUACIONES DE LA VIDA SOCIAL Y LABORAL, TENIENDO EN CUENTA EL CONTEXTO DE LA COMUNICACIÓN

3. VALIDAR LA IMPORTANCIA DE LOS PROCESOS COMUNICATIVOS TENIENDO EN CUENTA CRITERIOS DE LÓGICA Y

4. APLICAR ACCIONES DE MEJORAMIENTO EN EL DESARROLLO DE PROCESOS COMUNICATIVOS SEGÚN REQUERIMIENTOS DEL CONTEXTO

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

01- Reconocer el trabajo como factor de movilidad social y transformación vital con referencia a la fenomenología y a los derechos fundamentales en el trabajo.

02- Valorar la importancia de la ciudadanía laboral con base en el estudio de los derechos humanos y fundamentales en el trabajo.

03- Practicar los derechos fundamentales en el trabajo de acuerdo con la Constitución Política y los Convenios Internacionales.

04- Participar en acciones solidarias teniendo en cuenta el ejercicio de los derechos humanos, de los pueblos y de la naturaleza.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. PROMOVER MI DIGNIDAD Y LA DEL OTRO A PARTIR DE LOS PRINCIPIOS Y VALORES ÉTICOS COMO APORTE EN LA INSTAURACIÓN DE UNA CULTURA DE PAZ

2. ESTABLECER RELACIONES DE CRECIMIENTO PERSONAL Y COMUNITARIO A PARTIR DEL BIEN COMÚN COMO APORTE PARA EL DESARROLLO SOCIAL

3. PROMOVER EL USO RACIONAL DE LOS RECURSOS NATURALES A PARTIR DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD Y SUSTENTABILIDAD ÉTICA Y NORMATIVA VIGENTE

4. CONTRIBUIR CON EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA DE PAZ A PARTIR DE LA DIGNIDAD HUMANA Y LAS ESTRATEGIAS PARA LA TRANSFORMACIÓN DE CONFLICTOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA 1: ESTABLECER CARACTERÍSTICAS Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS PERSONALES DE ACUERDO CON SUS POTENCIALIDADES, OBJETIVOS Y EL ENTORNO.

RA 2: APROPIAR EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES PERSONALES EN SU COTIDIANIDAD, SEGÚN EL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR.

RA 3: EMPLEAR CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA SEGÚN ESTRATEGIA EMPRENDEDORA.

RA 4: RELACIONAR LA IMPORTANCIA DE LA NEGOCIACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO SEGÚN LAS NECESIDADES Y ELEMENTOS DE LA NEGOCIACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. DESARROLLAR HABILIDADES PSICOMOTRICES EN EL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL

2. PRACTICAR HÁBITOS SALUDABLES MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FUNDAMENTOS DE NUTRICIÓN E HIGIENE

3. EJECUTAR ACTIVIDADES DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO ORIENTADAS HACIA EL MEJORAMIENTO DE LA CONDICIÓN FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVO Y SOCIAL

4. IMPLEMENTAR UN PLAN DE ERGONOMÍA Y PAUSAS ACTIVAS SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LA FUNCIÓN PRODUCTIVA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. COMPRENDER INFORMACIÓN BÁSICA ORAL Y ESCRITA EN INGLÉS ACERCA DE SÍ MISMO, DE LAS PERSONAS Y DE SU CONTEXTO INMEDIATO EN REALIDADES PRESENTES E HISTORIAS DE VIDA

2. DESCRIBIR A NIVEL BÁSICO, DE FORMA ORAL Y ESCRITA EN INGLÉS PERSONAS, SITUACIONES Y LUGARES DE ACUERDO CON SUS COSTUMBRES Y EXPERIENCIAS DE VIDA

3. PARTICIPAR EN INTERCAMBIOS CONVERSACIONALES BÁSICOS EN FORMA ORAL Y ESCRITA EN INGLÉS EN DIFERENTES SITUACIONES SOCIALES TANTO EN LA COTIDIANIDAD COMO EN EXPERIENCIAS PASADAS

4. LLEVAR A CABO ACCIONES DE MEJORA RELACIONADAS CON EL INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN BÁSICA EN INGLÉS, SOBRE SÍ MISMO, OTRAS PERSONAS, SU CONTEXTO INMEDIATO ASÍ COMO DE EXPERIENCIAS PASADAS

5. COMUNICARSE DE MANERA SENCILLA EN INGLÉS EN FORMA ORAL Y ESCRITA CON UN VISITANTE O COLEGA EN UN CONTEXTO LABORAL COTIDIANO

6. PONER EN PRÁCTICA VOCABULARIO BÁSICO Y EXPRESIONES COMUNES DE SU ÁREA OCUPACIONAL EN CONTEXTOS ESPECÍFICOS DE SU TRABAJO POR MEDIO DEL USO DE FRASES SENCILLAS EN FORMA ORAL Y ESCRITA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Monitorear al cliente de acuerdo con metodologías de evaluación y seguimiento

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 DETERMINAR ACCIONES POSTVENTA A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE SERVICIO 3C/144H

RA2 EJECUTAR ACCIONES POSTVENTA DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 1C/48H

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 SELECCIONAR LOS CRITERIOS PARA LA CARACTERIZACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES DE ACUERDO CON SEGMENTO DE MERCADO 1C/48H

RA2 PROSPECTAR CLIENTES POTENCIALES SEGÚN EL PRODUCTO O SERVICIO DE LA ORGANIZACIÓN 3C/144H

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICAR SITUACIONES PROBLEMÁTICAS ASOCIADAS A SUS NECESIDADES DE CONTEXTO APLICANDO PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS

2. PLANTEAR PROBLEMAS ARITMÉTICOS, GEOMÉTRICOS Y MÉTRICOS DE ACUERDO CON LOS CONTEXTOS PRODUCTIVO Y

3. SOLUCIONAR PROBLEMAS DEL ENTORNO PRODUCTIVO Y SOCIAL APLICANDO PRINCIPIOS MATEMÁTICOS

4. VERIFICAR LOS RESULTADOS DE LOS PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS CONFORME CON LOS REQUERIMIENTOS DE LOS DIFERENTES CONTEXTOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Resultado de Aprendizaje de la Inducción.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

APROPIAR CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL DEL SENA EN EL CONTEXTO DE LA MISIÓN INSTITUCIONAL DE ACUERDO CON SU ROL PROYECTO DE VIDA Y DESARROLLO PROFESIONAL.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

APLICAR EN LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS REALES DEL SECTOR PRODUCTIVO, LOS CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS PERTINENTES A LAS COMPETENCIAS DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN ASUMIENDO ESTRATEGIAS Y METODOLOGÍAS DE AUTOGESTIÓN

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. SELECCIONAR HERRAMIENTAS DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC), DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS

2. USAR HERRAMIENTAS TIC, DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS, MANUALES DE FUNCIONAMIENTO, PROCEDIMIENTOS Y ESTÁNDARES

3. VERIFICAR LOS RESULTADOS OBTENIDOS, DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS

4. IMPLEMENTAR BUENAS PRÁCTICAS DE USO, DE ACUERDO CON LA TECNOLOGÍA EMPLEADA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 ESTRUCTURAR PROPUESTA COMERCIAL DEL PRODUCTO Y SERVICIO DE ACUERDO CON EL MERCADO OBJETIVO 3C/144H

RA2 EFECTUAR LA VENTA CUMPLIENDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 3C/144H

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 31,70

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 160,60

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s: 0,00

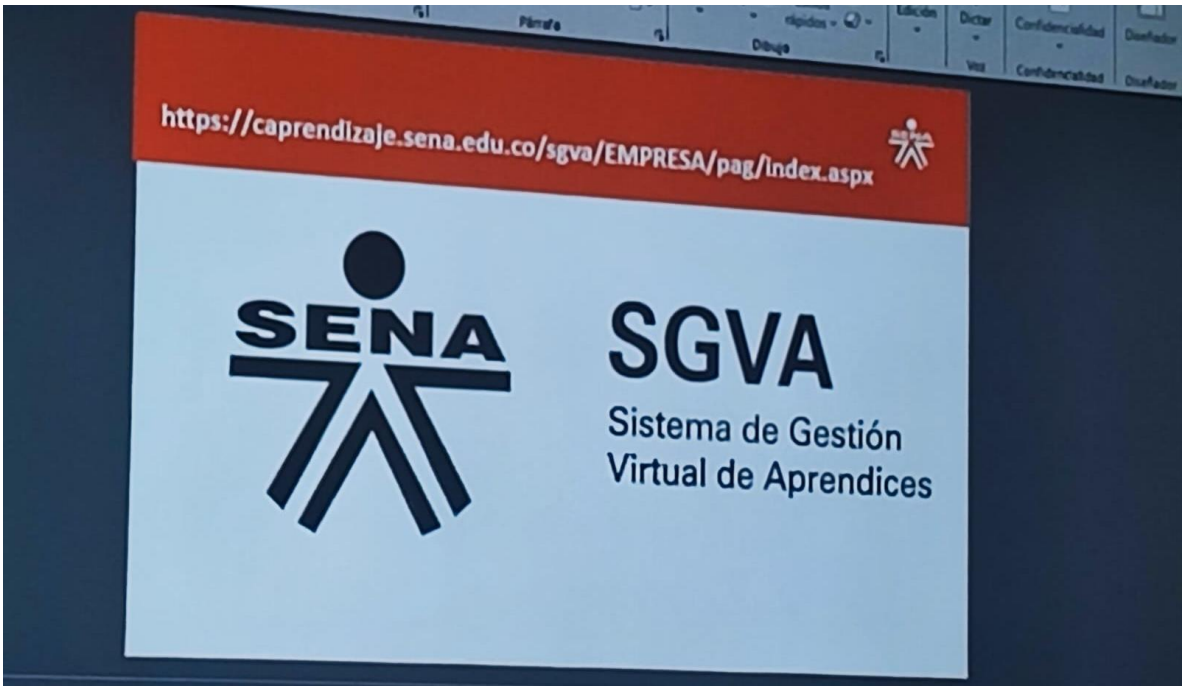
ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES: 0,00

INSTRUCTOR: WILSON ORLANDO AREVALO MONTAÑA

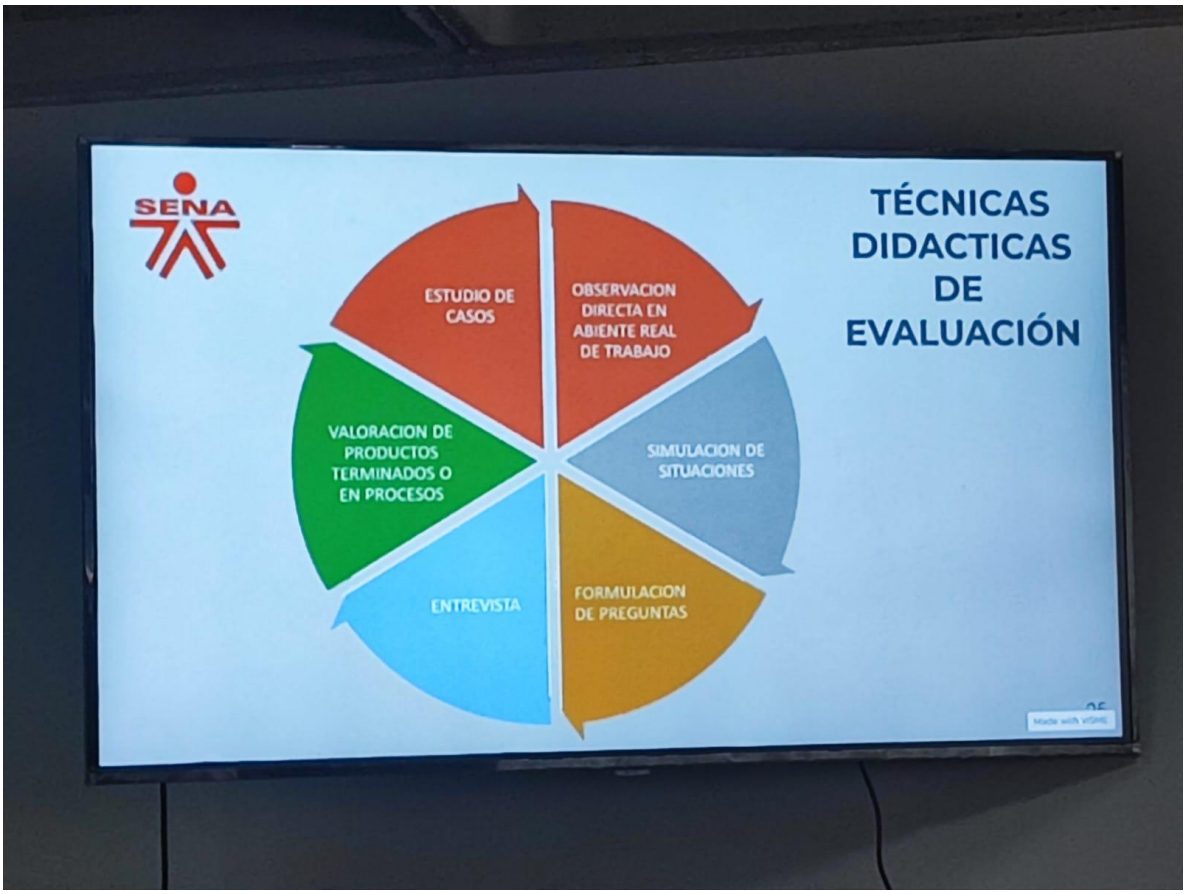
CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE GESTION DE MERCADOS, LOGISTICA Y TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION



CAPACITACIÓN






SENA
TÉCNICAS DIDACTICAS DE EVALUACIÓN
ESTUDIO DE CASOS
OBSERVACION DIRECTA EN ABIENTE REAL DE TRABAJO
SIMULACION DE SITUACIONES
FORMULACION DE PREGUNTAS
ENTREVISTA
VALORACION DE PRODUCTOS TERMINADOS O EN PROCESOS

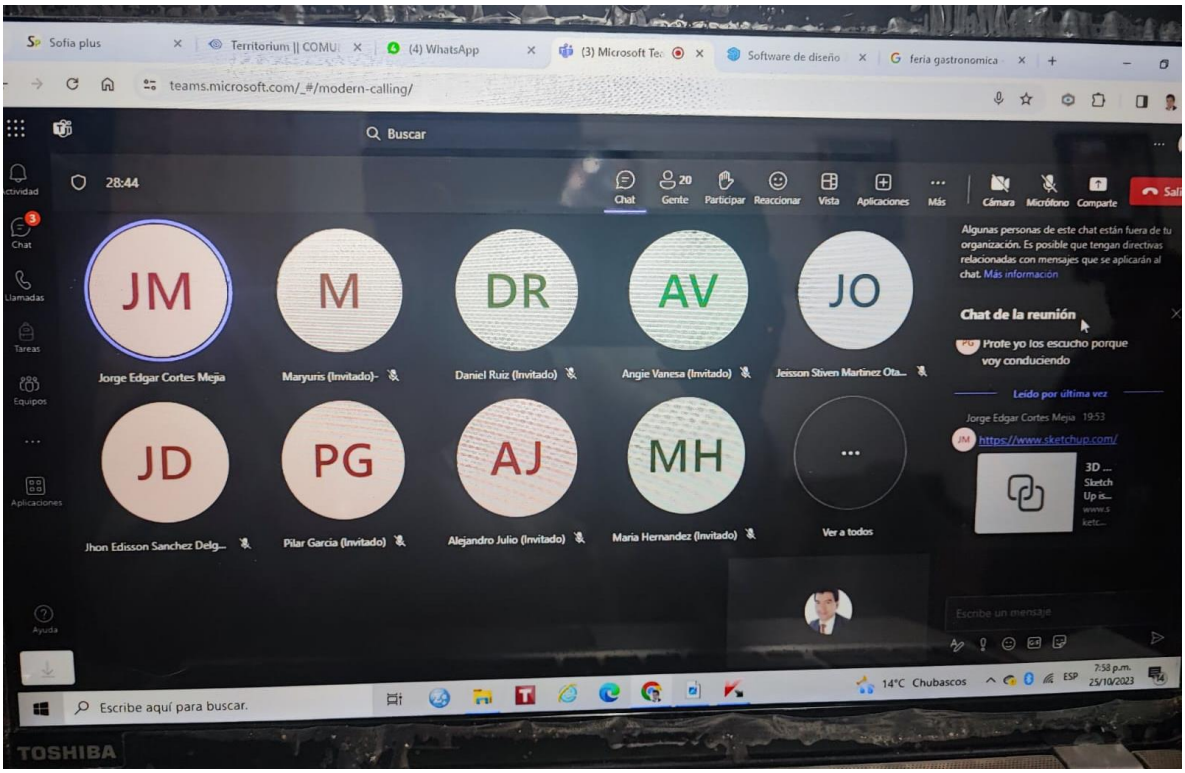


MMW


Escol
Impresores
Escol
Impresores
NUEVO SERVICIO
Escol
Escol
Tu marca
Hace parte de todo
Tu sabor
favorito en



MMW


Sofia plus
Territorium || COMU
(4) WhatsApp
(3) Microsoft Te
Software de diseño
feria gastronomica
teams.microsoft.com/_#/modern-calling/
Buscar
28:44
Chat
Gente
Participar
Reaccionar
Vista
Aplicaciones
Más
Cámara
Micrófono
Comparte
JM
M
DR
AV
JO
Jorge Edgar Cortes Mejia
Maryuris (Invitado)-
Daniel Ruiz (Invitado)
Angie Vanesa (Invitado)
Jeisson Stiven Martinez Ota...
JD
PG
AJ
MH
Jhon Edisson Sanchez Delg...
Pilar Garcia (Invitado)
Alejandro Julio (Invitado)
Maria Hernandez (Invitado)
Ver a todos
Algunas personas de este chat están fuera de tu organización. Es posible que tengan directivas relacionadas con mensajes que se aplicarán al chat. Más información
Chat de la reunión
Prote yo los escucho porque voy conduciendo
Leído por última vez
Jorge Edgar Cortes Mejia 19:53
https://www.sketchup.com/
Escribe un mensaje
Escribe aquí para buscar.
14°C Chubascos
ESP
7:58 p.m.
25/10/2023
TOSHIBA

CLASES ONLINE



HALLOWEN



SESIONES PRESENCIALES