PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

30 De Noviembre de 2023

Señor (a)

DAVID MEJIA VARON

SUPERVISOR(A) CONTRATO No. 4508219

Coordinador Académico de Mercadeo

Coordinación de Mercadeo

Bogotá

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

Referencia: No 4508219 del año 2023

LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, identificado con la cédula de ciudadanía No. 79764550 de BOGOTA, en mi calidad de Contratista del SENA, en la coordinación académica de mercadeo, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación presento el Informe de actividades realizadas en el mes de Noviembre de 2023 objeto de cobro.

Valor y forma de Pago: El valor total del presente contrato asciende a la suma 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) ocho (10) pagos iguales por los meses de febrero a septiembre 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:
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 Especificas: (Trascriba las obligaciones específicas del contrato, dentro del siguiente cuadro)

No	**Obligaciones**	**Acciones realizadas**	**Evidencias**
a.	Cumplir con la programación académica predeterminada por la Coordinación Académica en los programas (TECNÓLOGO GESTIÓN DE MERCADOS) y (TECNOLOGO EN NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL) y competencias (210301029-Analizar los resultados contables y financieros según los criterios de evaluación establecidos por la organización) (acorde que se requiera que el instructor imparta) de acuerdo con las normas, la red de conocimiento (Comercio y Ventas) y el área temática (Mercadeo y ventas), procesos y metodologías pedagógicas, estrategias didácticas activas, formación por proyectos y los productos institucionales	Impartir formación profesional integral en el área de Mercadeo. Tecnologo en Gestión de Mercados Ficha 2671707 Tecnologo en Comunicación Comercial Ficha 2826149 Tecnico en Operaciones Comerciales ficha 2803014 Tecnologo en Negocios Internacionales Ficha 2687413	Sofia plus
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
c.	Presentar los reportes de Juicios de evaluación de Aprendices y demás informes dentro de los plazos estipulados por el Centro, el Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol (Plataforma Compromiso) y el Reglamento para Aprendices del Sena, para tal efecto.	Los informes académicos se realizaran a más tardar ocho días después de la terminación de un resultado de aprendizaje.	Sofia plus
d.	Preparar, orientar, desarrollar, apoyar y evaluar procesos de aprendizaje en cualquiera de las estrategias de	Alistamiento y preparación de material de clases, elaboración	Portafolio del instructor

	respuesta institucional para los diferentes grupos poblacionales objeto de Formación Profesional Integral	de guías e instrumentos de evaluación	
e.	Desarrollar mecanismos que faciliten la reflexión, la innovación, el espíritu investigativo, la creatividad y la autoevaluación en los alumnos para su mejoramiento continuo.	Realizar talleres de reflexión, innovación e investigación en el ambiente de aprendizaje	Evidencias Territorium
f.	Evaluar, innovar y mejorar continuamente el proceso de aprendizaje, las estrategias pedagógicas, el medio ambiente educativo, el rendimiento académico de los aprendices y el empleo de medíos didácticos físicos y electrónicos.	Preparación y desarrollo de técnicas didácticas activas, apoyo de la plataforma como herramienta de aprendizaje,	Sofia plus y portafolio instructor
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 del Instructor
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 armonía con el plan de trabajo definido para el mismo.	La entrega de documentos se realizarán de acuerdo al plan de trabajo definido por la coordinación en caso de participación en la gestión de semilleros.	Ponencias, publicaciones, documentos y productos asociados en la gestión de semilleros de investigación
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 entono,	Evaluación de conocimientos previos formación a través de ambientes especializados	Formato de planeación y Sofia plus
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
k.	Participar activamente en el Plan de Mejoramiento y Actualización de Instructores	Participación activa en capacitación y norma de competencia laboral	Certificaciones-Sofía plus

l.	Participar en procesos de promoción de los programas de Formación Profesional Integral, servicios y actividades de Divulgación Tecnológica, programados por el Centro de Formación	Transferencia de programas formación	Programa de formación complementaria
m.	Coadyuvar en el proceso de ingreso e inducción de alumnos.	Aplicación de entrevistas y procesos de selección	Sofía plus
n.	Rendir oportunamente los informes(planillas, reportes, formatos) 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
o.	Incorporar las tendencias tecnológicas, pedagógicas y de gestión, al diseño técnico pedagógico de las diferentesacciones de formación profesional en su especialidad.	Aplicación y diseño guías de aprendizaje	Portafolio del Instructor
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
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
r.	El contratista debe aplicar antes de la finalización del contrato al proceso de certificación de competencias según normas de competencias que aplican a la función de instructor, así como a los procesos que el SENA adelanta para certificar habilidades pedagógicas, de los instructores	Certificación en norma de competencia laboral de orientación de procesos pedagógicos.	Sofía plus-certificaciones académicas
s.	El contratista al finalizar el contrato, se compromete hacer entrega de todos los elementos facilitados por el centro de formación tales como locker, carné, materiales de formación devolutivos, inventarios entre otros.	Entrega de carné, locker, materiales de formación devolutivos, inventarios entre otros en las dependencias correspondientes	Paz y salvo emitido por cada dependencia

t.	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 color naranja	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. 71698490 de la planilla, expedida por compensar miplanilla

correspondiente al mes de Octubre de 2023. (Decreto Ley 2106 de 2019 – “Decreto Ley Antitrámites”)

Evidencias en (xx) folios

Cordialmente,

Firma
LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ

Contratista

C.C. No. 79.764.550

Recibí a satisfacción:

Firma

DAVID MEJIA VARON

Supervisor(a) Contrato 4508219 de 2023

Cargo

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ

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: 2687413 - NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR LA INFORMACIÓN DE LOS PROCESOS CONTABLES Y FINANCIEROS, PARA ASEGURAR VERACIDAD EN LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO DE ACUERDO CON LA POLÍTICA DE LA ORGANIZACIÓN.

INVESTIGAR LAS CAUSAS Y SOLUCIONES A LOS PROBLEMAS CONTABLES Y FINANCIEROS CON SENTIDO DE PERTENENCIA, DE ACUERDO CON LAS NORMAS DE CONTROL INTERNO Y FINANCIERAS

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

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: CONTROLAR LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN SEGÚN NORMATIVIDAD VIGENTE Y ACUERDOS ENTRE LAS PARTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONTACTAR EL COMPRADOR O IMPORTADOR Y VENDEDOR EXPORTADOR DIRECTAMENTE O POR LAS VÍAS INDIRECTAS DE ACUERDO CON LOS PROCEDIMIENTOS QUE SE SIGUEN EN LAS IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES ENVIANDO EL DETALLE DE LOS PRODUCTOS A IMPORTAR O EXPORTAR A LA SOCIEDAD DE INTERMEDIACIÓN ADUANERA SIA, CUMPLIENDO CON LOS REQUISITOS DE LA CODIFICACIÓN ARANCELARIA Y FECHAS ESTABLECIDAS SEGÚN LAS NORMAS DE COMERCIO INTERNACIONAL VIGENTES TENIENDO EN CUENTA LAS POLÍTICAS DE LA COMPAÑÍA.

CUBRIR LOS CONTRATOS DE COMPRAVENTA EN LAS OPERACIONES DE LOS RIESGOS JURÍDICOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES VIGENTES OBTENIENDO LOS VISTOS BUENOS O PERMISOS PREVIOS PARA LOS PRODUCTOS QUE REQUIEREN ANTE LOS ORGANISMOS RESPECTIVOS CON BASE EN LAS NORMAS LEGALES DE COMERCIO INTERNACIONAL VIGENTES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

ENTREGAR LOS DOCUMENTOS DE EMBARQUE AL AGENTE ADUANERO PARA LLEVAR A CABO EL PROCESO DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES REGISTRANDO LOS DOCUMENTOS ANTE LOS ORGANISMOS COMPETENTES CONFORME A LAS POLÍTICAS COMERCIALES, TRIBUTARIAS, ADUANERAS Y DE COMERCIO INTERNACIONAL VIGENTES PARA LLEVAR A CABO LOS CONTROLES DE LAS IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES CONCORDANTES CON LA

REGISTRAR LA EMPRESA COMO PRODUCTOR NACIONAL, OFERTA EXPORTABLE Y DETERMINACIÓN DE ORIGEN ANTE LAS ENTIDADES CORRESPONDIENTES DE ACUERDO CON LAS NORMAS DE COMERCIO INTERNACIONAL VIGENTES, TENIENDO EN CUENTA LAS CONTINGENCIAS DE IMPORTACIÓN FRENTE A LAS RESTRICCIONES RELATIVAS A LA NATURALEZA DE LOS PRODUCTOS, DE ACUERDO CON LAS NORMAS DE COMERCIO INTERNACIONAL VIGENTES PARA OBTENER LAS LICENCIAS Y CERTIFICACIONES Y DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COORDINAR EL TRANSPORTE SEGÚN MEDIOS Y MODOS.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ASIGNAR LAS RUTAS DE TRANSPORTE SEGÚN LAS VÍAS ASIGNADAS PARA LA MOVILIZACIÓN DE LA CARGA TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES NACIONALES E INTERNACIONALES VIGENTES DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN, DETERMINANDO LAS RUTAS DE TRANSPORTE ELABORADAS SEGÚN LAS VÍAS ASIGNADAS PARA LA MOVILIZACIÓN DE LA CARGA DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN, DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA EMPRESA.

DEFINIR LAS RUTAS SEGÚN LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN, LAS FÁBRICAS Y CLIENTES DE ACUERDO A LAS NORMAS DE TRANSPORTE NACIONAL E INTERNACIONAL, PARA IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES TENIENDO EN CUENTA LOS INCOTERMS, SEGÚN LA RUTA Y MODO DE TRANSPORTE UTILIZADO EN LAS IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES NACIONALES E INTERNACIONALES AJUSTADAS A LAS NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.

ELABORAR LAS RUTAS DE TRANSPORTE TENIENDO EN CUENTA LA NATURALEZA DE LOS OBJETOS O ELEMENTOS QUE SE VAN A TRANSPORTAR, INFRAESTRUCTURA, EL ORIGEN, DESTINO, TIEMPO, DISTANCIA Y RECORRIDO FIJANDO TIEMPOS EN EL RUTEO, ELABORANDO EL PLAN DE RUTA CRÍTICA CON EL APOYO DE SOFTWARE ESPECIALIZADO, DE ACUERDO CON EL CLIMA, LA SEGURIDAD AÉREA, MARÍTIMA, TERRESTRE, FLUVIAL INFRAESTRUCTURA DE BASADO EN LAS NORMAS LEGALES VIGENTES Y LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COSTEAR LA CADENA DE APROVISIONAMIENTO, DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DEL PLAN LOGÍSTICO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

APLICAR POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN TENIENDO EN CUENTA LA ESTRUCTURACIÓN DEL MERCADO.

ELEGIR EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN Y VENTA APLICANDO TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE ACUERDO CON EL MERCADO META.

ELEGIR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LA NATURALEZA DEL PRODUCTO Y EL SEGMENTO DE MERCADO.

IDENTIFICAR EL COMPORTAMIENTO DE LAS VARIABLES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE LOS CANALES TENIENDO EN CUENTA LAS METAS DE VENTAS DE LA EMPRESA.

OPTIMIZAR LA RED GEOGRÁFICA Y TECNOLÓGICA DE DISTRIBUIDORES, SEGÚN EL TAMAÑO DEL MERCADO Y LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DILIGENCIAR LOS DOCUMENTOS SEGÚN NORMAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS A NIVEL INTERNO Y EXTERNO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR LOS RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE MANERA ECUÁNIME, SEGÚN POLÍTICAS DE GESTIÓN Y NECESIDADES DE LAS ÁREAS Y PROCESOS

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.

COORDINAR EL TALENTO HUMANO DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS, ESTRATEGIAS, TIEMPOS Y RECURSOS SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

EVALUAR LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO SEGÚN NIVELES DE RENDIMIENTO A PARTIR DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS A NIVEL INTERNO Y EXTERNO 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.

REALIZAR EL ENTRENAMIENTO Y EL SEGUIMIENTO DE LA EFECTIVIDAD DEL DESEMPEÑO DEL TALENTO HUMANO, SEGÚN PLANES DE MEJORAMIENTO ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	EFECTUAR LAS TRANSACCIONES COMERCIALES DE ACUERDO A LAS REQUISICIONES COMERCIALES SEGÚN ACUERDOS ENTRE LAS PARTES.
• 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, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS LEGALES DE NEGOCIACIÓN Y POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.

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.

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE

UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA

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: OPERAR LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN SEGÚN NORMAS Y POLÍTICAS INTERNAS Y EXTERNAS.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ALISTAR LA MERCANCÍA PARA EL LEVANTE Y/O AUTORIZACIÓN DE DESPACHO DE LA EXPORTACIÓN A TRAVÉS DE LOS OPERADORES LOGÍSTICOS PARA SU VERIFICACIÓN EFECTUANDO LOS TRÁMITES DOCUMENTALES ANTE LAS AUTORIDADES COMPETENTES SIGUIENDO LOS PROCEDIMIENTOS DE ACUERDO CON LA NATURALEZA, LA NORMATIVIDAD VIGENTE Y LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

CLASIFICAR LOS PRODUCTOS ARANCELARIAMENTE PARA IMPORTAR Y EXPORTAR DE ACUERDO CON LA NATURALEZA Y EL SISTEMA ARMONIZADO, PARA DETERMINAR LOS ARANCELES, REQUISITOS SANITARIOS Y FITOSANITARIOS CON BASE EN LOS TRATADOS COMERCIALES, EL ORIGEN Y DESTINO SEGÚN LAS NORMAS DE COMERCIO EXTERIOR VIGENTES Y LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

REALIZAR LA NACIONALIZACIÓN DE LA MERCANCÍA PRESENTANDO LOS DOCUMENTOS REQUERIDOS EN LA DECLARACIÓN DE IMPORTACIÓN ANTE LA ENTIDAD COMPETENTE DE ACUERDO CON RÉGIMEN ADUANERO Y REQUISITOS SANITARIOS Y FITOSANITARIOS, DE IGUAL FORMA, PAGAR LOS TRIBUTOS ADUANEROS EN LAS ENTIDADES AUTORIZADAS PARA INSPECCIÓN Y ENTREGA DE LA MERCANCÍA DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.

• 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.

DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO CONSIDERANDO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO INTEGRADO, DE ACUERDO CON OBJETIVOS 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.

ESTABLECER PROCESO DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.

ESTRUCTURAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO ORIENTADAS A GARANTIZAR MERCADEO RESPONSABLE, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

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: PROCESAR LA INFORMACIÓN RECOLECTADA DE ACUERDO CON LOS MANUALES DE MANEJOS DE INFORMACIÓN.
- 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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

APLICAR ESTRATEGIAS PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CONSIDERANDO EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, SEGÚN TIPOS DE MERCADOS Y DE PRODUCTOS APLICANDO MÉTODOS DE FIJACIÓN DE

DETERMINAR LA OFERTA Y LA DEMANDA DEL PRODUCTO SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL.

DETERMINAR NICHOS DE MERCADO DE ACUERDO CON TIPOS DE PRODUCTO Y POBLACIÓN ESTABLECIDOS EN EL PLAN DE SEGMENTACIÓN.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS SEGÚN EL PROCESO O UNIDADES DE NEGOCIO.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 53.70

FICHA DE APRENDIZAJE: 2826149 - 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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESARROLLAR ENTREVISTAS PRESÉNCIALES Y VIRTUALES APLICANDO EL TIPO DE MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN Y LA MODALIDAD DE ENTREVISTA, UTILIZANDO LAS DIFERENTES TECNOLOGÍAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN, SEGÚN SU POBLACIÓN OBJETO Y LAS NORMAS QUE RIGEN ESTA TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

DIRIGIR LAS SESIONES DE GRUPO EN CADA ETAPA DEL PROCESO PARA EL TIPO O ÁREA DE ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN OBJETO DE ESTUDIO, DE ACUERDO CON LAS FORMAS DE PARTICIPACIÓN PROPUESTA Y APLICANDO MÉTODOS DE TRABAJO

PLANEAR LA LOGÍSTICA DE LAS SESIONES DE GRUPO DE ACUERDO CON SU TAMAÑO, SU COMPOSICIÓN Y ESCENARIO, TENIENDO EN CUENTA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES, FRENTE A LAS NECESIDADES DE ESPACIOS, LOCACIONES O EQUIPOS AUDIOVISUALES SEGÚN LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR LOS RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE MANERA ECUÁNIME, SEGÚN POLÍTICAS DE GESTIÓN Y NECESIDADES DE LAS ÁREAS Y PROCESOS

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.

COORDINAR EL TALENTO HUMANO DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS, ESTRATEGIAS, TIEMPOS Y RECURSOS SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

EVALUAR LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO SEGÚN NIVELES DE RENDIMIENTO A PARTIR DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS A NIVEL INTERNO Y EXTERNO 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.

REALIZAR EL ENTRENAMIENTO Y EL SEGUIMIENTO DE LA EFECTIVIDAD DEL DESEMPEÑO DEL TALENTO HUMANO, 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

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 EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO SIGUIENDO NORMAS DE SALUD OCUPACIONAL, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.

DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.

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 SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.

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 LAS NORMAS DE HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL, SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONSTITUIR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADEO SEGÚN LOS OBJETIVOS DE LAS ACTIVIDADES DEL PLAN DE MERCADO

CONSTITUIR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LOS REQUERIMIENTOS DE LAS DIFERENTES ÁREAS DE LA EMPRESA Y LOS ELEMENTOS DETERMINADOS POR ELLA, SEGÚN LOS OBJETIVOS DE LAS ACTIVIDADES DEL PLAN

MANTENER ACTUALIZADA LA BASE DE DATOS A PARTIR DE LA EVALUACIÓN DE LOS INFORMES DE DIFERENCIAS PRESENTADAS ENTRE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DEL SISTEMA Y SUBSISTEMAS DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN.

MANTENER ACTUALIZADA LA BASE DE DATOS A PARTIR DE LOS INFORMES DE DIFERENCIAS PRESENTADAS ENTRE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DEL SISTEMA Y SUBSISTEMAS DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN, MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LOS MÉTODOS EXISTENTES PARA LA CAPTURA DE LOS DATOS.

RECOLECTAR Y CLASIFICAR INFORMACIÓN DE MANERA SISTEMÁTICA APLICANDO TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN MEDIANTE EL USO DE SOFTWARE ESPECIALIZADO DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN PARA LA CONFORMACIÓN DE BASES DE DATOS

RECOLECTAR Y CLASIFICAR INFORMACIÓN CON VERACIDAD, FIDEDIGNIDAD DE LAS FUENTES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS EN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA ORGANIZACIÓN

• 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.

MANEJAR LAS RELACIONES PÚBLICAS CON LOS DIFERENTES ACTORES QUE INTERVIENEN EN EL EVENTO, CON RESPETO POR OTRO Y 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 TENIENDO EN CUENTA EL TIPO DE EVENTO SEGÚN LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

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 CON PERTENENCIA Y DE ACUERDO CON LA REVISIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN, EL PRESUPUESTO Y LAS NORMAS LEGALES.

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, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS LEGALES DE NEGOCIACIÓN Y POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.

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.

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE

UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA

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.

DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO CONSIDERANDO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO INTEGRADO, DE ACUERDO CON OBJETIVOS 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.

ESTABLECER PROCESO DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.

ESTRUCTURAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO ORIENTADAS A GARANTIZAR MERCADEO RESPONSABLE, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

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

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 33.70

FICHA DE APRENDIZAJE: 2671707 - GESTIÓN DE MERCADOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR LA INFORMACIÓN DE LOS PROCESOS CONTABLES Y FINANCIEROS, PARA ASEGURAR VERACIDAD EN LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO DE ACUERDO CON LA POLÍTICA DE LA ORGANIZACIÓN.

INVESTIGAR LAS CAUSAS Y SOLUCIONES A LOS PROBLEMAS CONTABLES Y FINANCIEROS CON SENTIDO DE PERTENENCIA, DE ACUERDO CON LAS NORMAS DE CONTROL INTERNO Y FINANCIERAS

• 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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

APLICAR POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN TENIENDO EN CUENTA LA ESTRUCTURACIÓN DEL MERCADO.

ELEGIR EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN Y VENTA APLICANDO TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE ACUERDO CON EL MERCADO META.

ELEGIR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LA NATURALEZA DEL PRODUCTO Y EL SEGMENTO DE MERCADO.

IDENTIFICAR EL COMPORTAMIENTO DE LAS VARIABLES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE LOS CANALES TENIENDO EN CUENTA LAS METAS DE VENTAS DE LA EMPRESA.

OPTIMIZAR LA RED GEOGRÁFICA Y TECNOLÓGICA DE DISTRIBUIDORES, SEGÚN EL TAMAÑO DEL MERCADO Y LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR LOS RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE MANERA ECUÁNIME, SEGÚN POLÍTICAS DE GESTIÓN Y NECESIDADES DE LAS ÁREAS Y PROCESOS

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.

COORDINAR EL TALENTO HUMANO DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS, ESTRATEGIAS, TIEMPOS Y RECURSOS SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

EVALUAR LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO SEGÚN NIVELES DE RENDIMIENTO A PARTIR DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS A NIVEL INTERNO Y EXTERNO 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.

REALIZAR EL ENTRENAMIENTO Y EL SEGUIMIENTO DE LA EFECTIVIDAD DEL DESEMPEÑO DEL TALENTO HUMANO, 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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS SEGÚN LA FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

SELECCIONAR EL MÉTODO DE INVESTIGACIÓN QUE GENERE RESULTADOS ESPERADOS PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL CONTEXTO SOCIAL, SEGÚN EL TIPO DE INVESTIGACIÓN Y LOS OBJETIVOS FORMULADOS EN EL PROYECTO

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR PROTOTIPOS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES Y CUMPLAN LA NORMATIVIDAD LEGAL

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR LAS ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y EL MERCADO DEFINIDO.

DESARROLLAR EL NOMBRE Y LA MARCA DEL PRODUCTO O SERVICIO TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

ESTABLECER PARÁMETROS PARA EL DISEÑO DEL EMPAQUE Y ENVASES DEL PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL MISMO.

• 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 EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO SIGUIENDO NORMAS DE SALUD OCUPACIONAL, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.

DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.

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 SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.

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 LAS NORMAS DE HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL, SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ESTABLECER EL PRONÓSTICO Y PRESUPUESTO DE VENTAS DE ACUERDO CON EL RÉCORD HISTÓRICO DE VENTAS DE LA

MONITOREAR EL COMPORTAMIENTO DE FACTORES Y VARIABLES QUE INCIDEN EN LA COMPRA DE LOS DIFERENTES ACTORES CON RESPONSABILIDAD SOCIAL, DE ACUERDO CON EL 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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONSTITUIR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADEO SEGÚN LOS OBJETIVOS DE LAS ACTIVIDADES DEL PLAN DE MERCADO

CONSTITUIR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LOS REQUERIMIENTOS DE LAS DIFERENTES ÁREAS DE LA EMPRESA Y LOS ELEMENTOS DETERMINADOS POR ELLA, SEGÚN LOS OBJETIVOS DE LAS ACTIVIDADES DEL PLAN

MANTENER ACTUALIZADA LA BASE DE DATOS A PARTIR DE LA EVALUACIÓN DE LOS INFORMES DE DIFERENCIAS PRESENTADAS ENTRE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DEL SISTEMA Y SUBSISTEMAS DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN.

MANTENER ACTUALIZADA LA BASE DE DATOS A PARTIR DE LOS INFORMES DE DIFERENCIAS PRESENTADAS ENTRE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DEL SISTEMA Y SUBSISTEMAS DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN, MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LOS MÉTODOS EXISTENTES PARA LA CAPTURA DE LOS DATOS.

RECOLECTAR Y CLASIFICAR INFORMACIÓN DE MANERA SISTEMÁTICA APLICANDO TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN MEDIANTE EL USO DE SOFTWARE ESPECIALIZADO DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN PARA LA CONFORMACIÓN DE BASES DE DATOS

RECOLECTAR Y CLASIFICAR INFORMACIÓN CON VERACIDAD, FIDEDIGNIDAD DE LAS FUENTES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS EN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA ORGANIZACIÓN

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

APLICAR PRUEBAS DE MERCADO A PRODUCTOS O SERVICIOS CON CALIDAD DE SERVICIO TENIENDO EN CUENTA LAS POLÍTICAS DE LA EMPRESA

VALORAR EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR Y LAS VARIABLES DEL MERCADO.

• 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.

MANEJAR LAS RELACIONES PÚBLICAS CON LOS DIFERENTES ACTORES QUE INTERVIENEN EN EL EVENTO, CON RESPETO POR OTRO Y 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 TENIENDO EN CUENTA EL TIPO DE EVENTO SEGÚN LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

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 CON PERTENENCIA Y DE ACUERDO CON LA REVISIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN, EL PRESUPUESTO Y LAS NORMAS LEGALES.

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, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS LEGALES DE NEGOCIACIÓN Y POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.

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.

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE

UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA

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.

DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO CONSIDERANDO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO INTEGRADO, DE ACUERDO CON OBJETIVOS 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.

ESTABLECER PROCESO DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.

ESTRUCTURAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO ORIENTADAS A GARANTIZAR MERCADEO RESPONSABLE, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

APLICAR ESTRATEGIAS PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CONSIDERANDO EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, SEGÚN TIPOS DE MERCADOS Y DE PRODUCTOS APLICANDO MÉTODOS DE FIJACIÓN DE

DETERMINAR LA OFERTA Y LA DEMANDA DEL PRODUCTO SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL.

DETERMINAR NICHOS DE MERCADO DE ACUERDO CON TIPOS DE PRODUCTO Y POBLACIÓN ESTABLECIDOS EN EL PLAN DE SEGMENTACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 35.70

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 123.10

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s: 0.00

ACTIVIDADES ADICIONALES

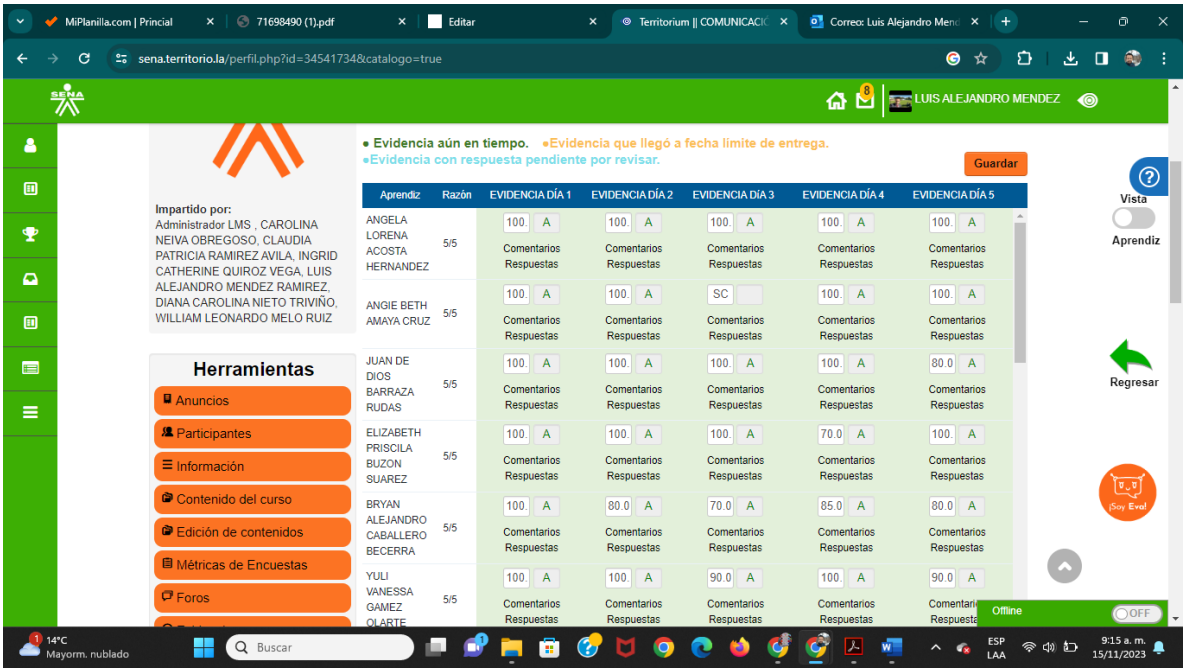
FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS

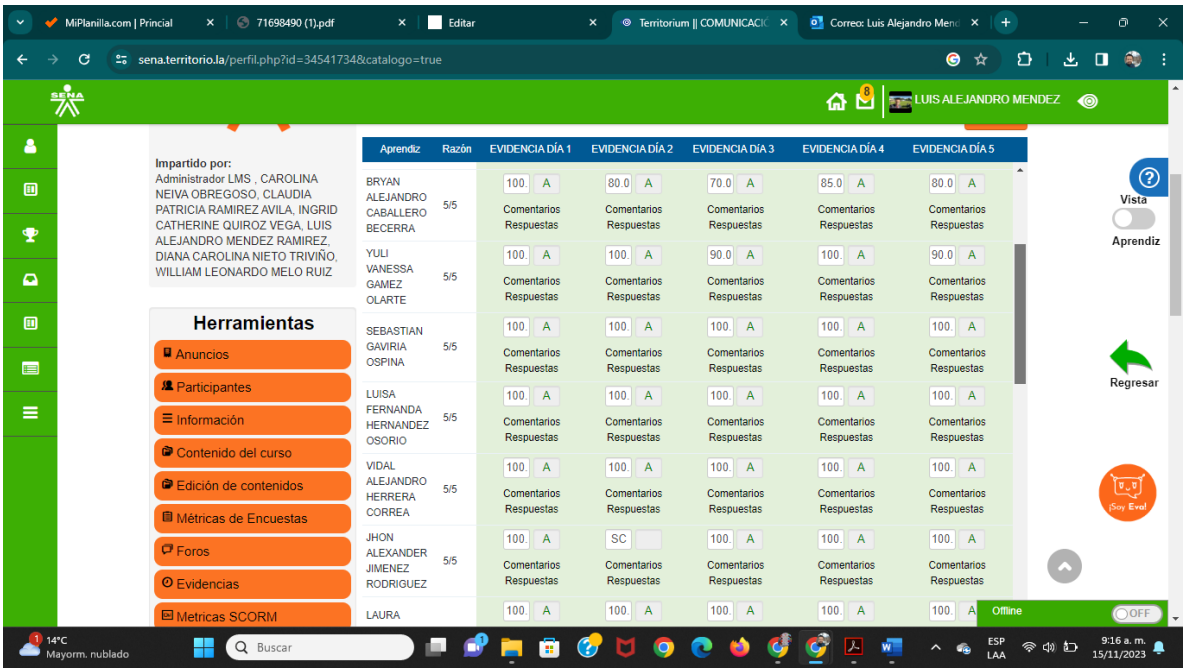
TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES: 0.00

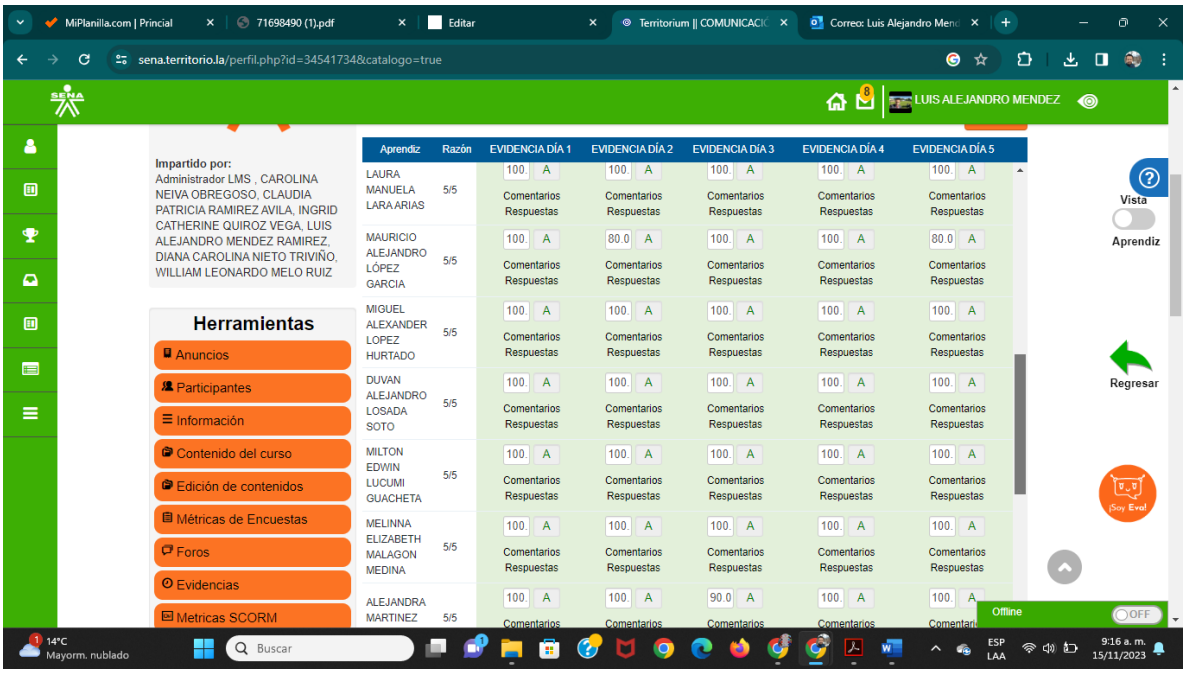
INSTRUCTOR: LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ

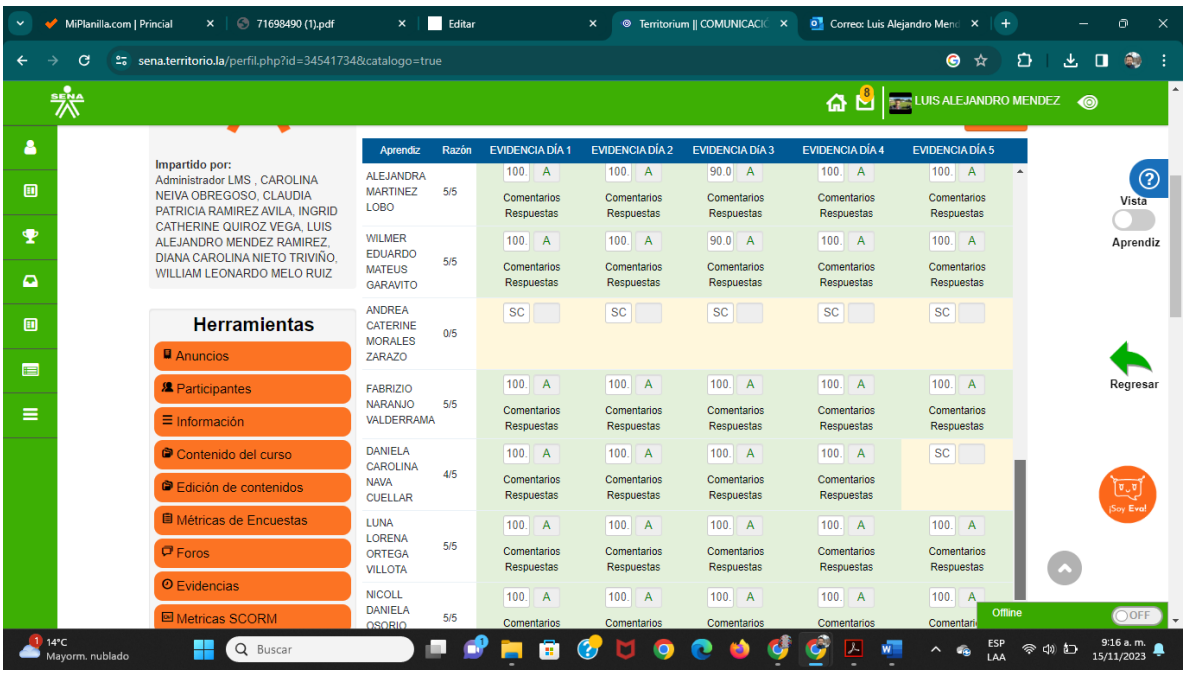
CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE GESTION DE MERCADOS, LOGISTICA Y TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION

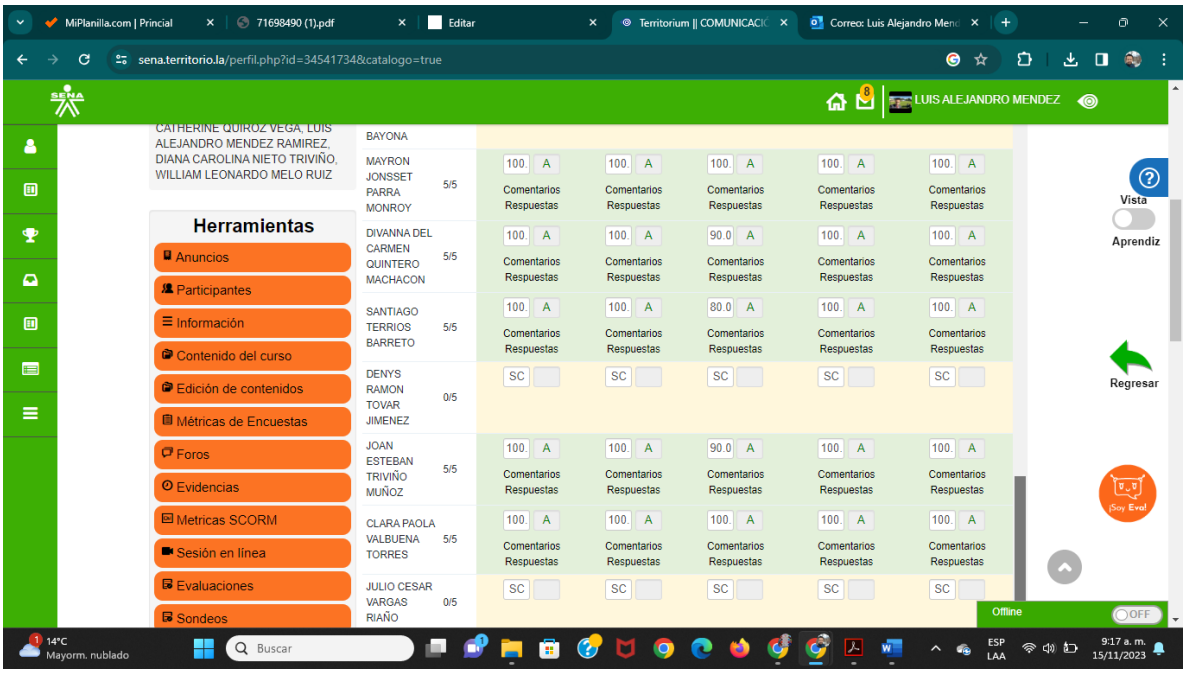
EVIDENCIAS

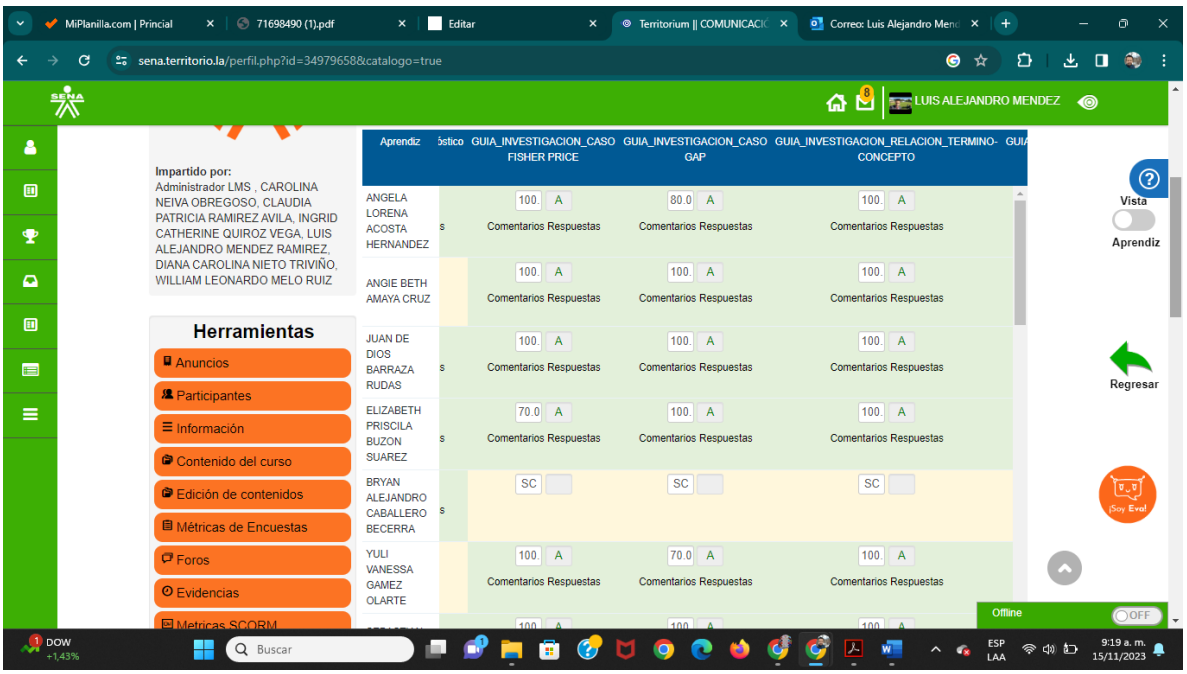

MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || COMUNICACIÓ
Correo: Luis Alejandro Mend
sena.territorio.la/perfil.php?id=34541734&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
• Evidencia aún en tiempo. •Evidencia que llegó a fecha límite de entrega.
•Evidencia con respuesta pendiente por revisar.
Guardar
Impartido por:
Administrador LMS , CAROLINA NEIVA OBREGOSO, CLAUDIA PATRICIA RAMIREZ AVILA, INGRID CATHERINE QUIROZ VEGA, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO, WILLIAM LEONARDO MELO RUIZ
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Aprendiz
Razón
EVIDENCIA DÍA 1
EVIDENCIA DÍA 2
EVIDENCIA DÍA 3
EVIDENCIA DÍA 4
EVIDENCIA DÍA 5
ANGELA LORENA ACOSTA HERNANDEZ 5/5
ANGIE BETH AMAYA CRUZ 5/5
JUAN DE DIOS BARRAZA RUDAS 5/5
ELIZABETH PRISCILA BUZON SUAREZ 5/5
BRYAN ALEJANDRO CABALLERO BECERRA 5/5
YULI VANESSA GAMEZ OLARTE 5/5
Comentarios
Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
¡Soy Eval!
Offline
OFF
14°C
Mayorm. nublado
Buscar
ESP
LAA
9:15 a. m.
15/11/2023

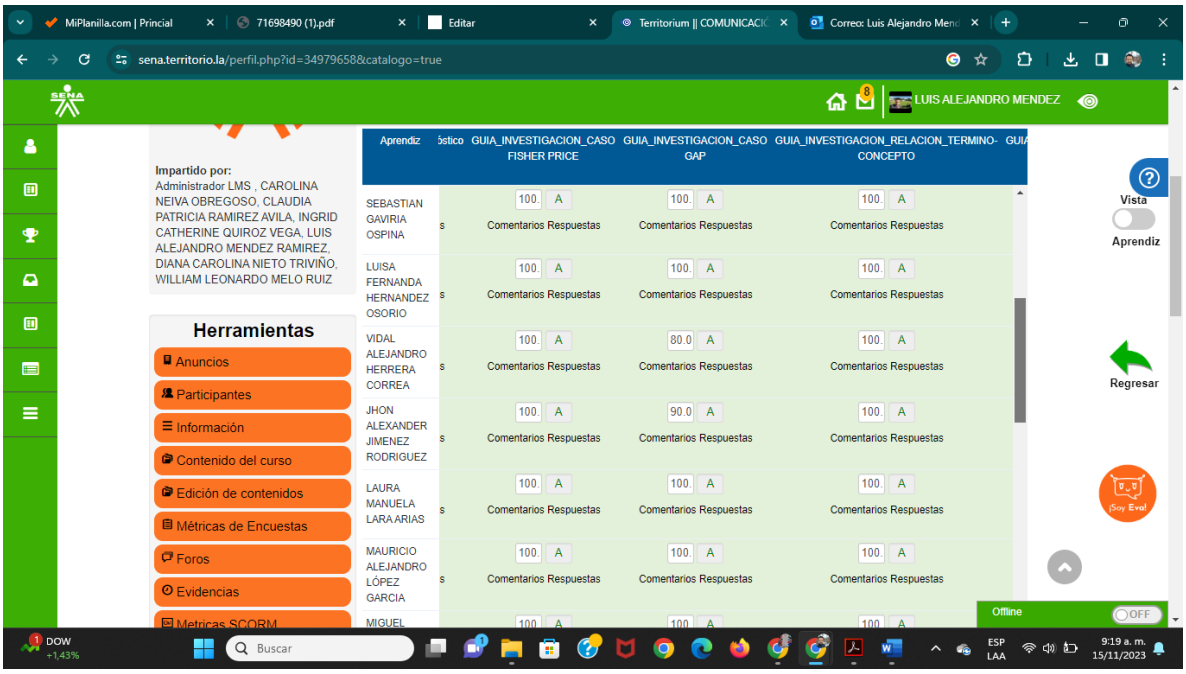

MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || COMUNICACIÓ
Correo: Luis Alejandro Mend
sena.territorio.la/perfil.php?id=34541734&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
Impartido por:
Administrador LMS , CAROLINA NEIVA OBREGOSO, CLAUDIA PATRICIA RAMIREZ AVILA, INGRID CATHERINE QUIROZ VEGA, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO, WILLIAM LEONARDO MELO RUIZ
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Evidencias
Metricas SCORM
Aprendiz
Razón
EVIDENCIA DÍA 1
EVIDENCIA DÍA 2
EVIDENCIA DÍA 3
EVIDENCIA DÍA 4
EVIDENCIA DÍA 5
BRYAN ALEJANDRO CABALLERO BECERRA 5/5
YULI VANESSA GAMEZ OLARTE 5/5
SEBASTIAN GAVIRIA OSPINA 5/5
LUISA FERNANDA HERNANDEZ OSORIO 5/5
VIDAL ALEJANDRO HERRERA CORREA 5/5
JHON ALEXANDER JIMENEZ RODRIGUEZ 5/5
LAURA
Comentarios
Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
¡Soy Eval!
Offline
OFF
14°C
Mayorm. nublado
Buscar
ESP
LAA
9:16 a. m.
15/11/2023

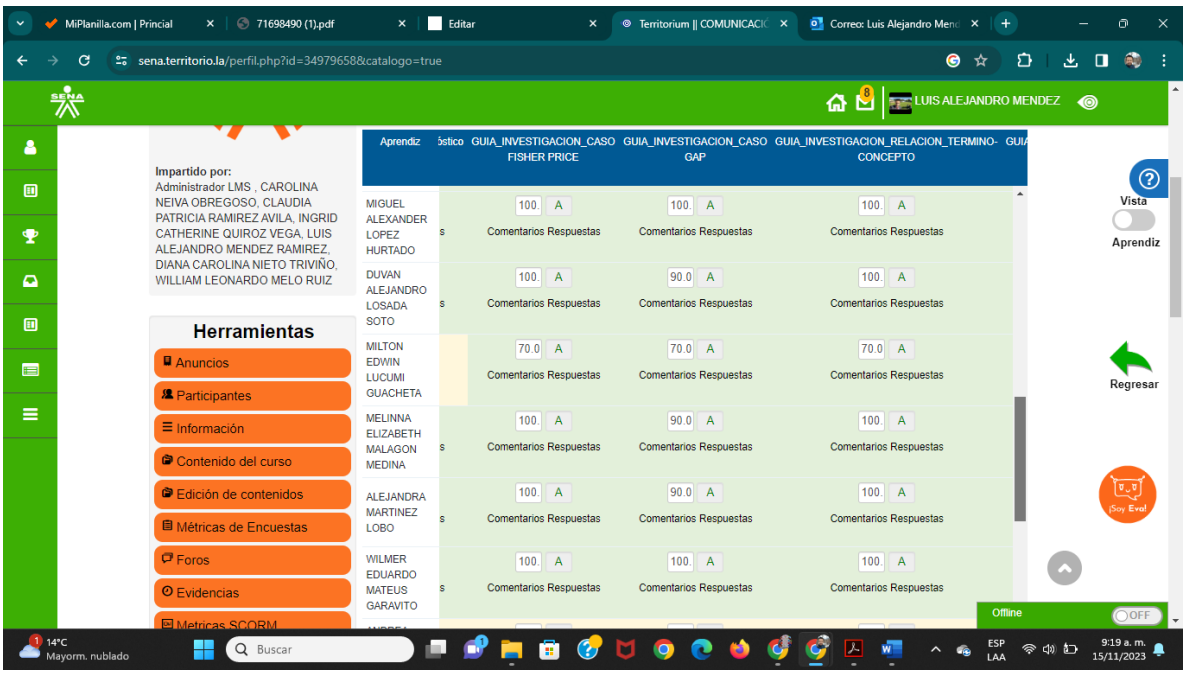

MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || COMUNICACIÓ
Correo: Luis Alejandro Mend
sena.territorio.la/perfil.php?id=34541734&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
Impartido por:
Administrador LMS , CAROLINA NEIVA OBREGOSO, CLAUDIA PATRICIA RAMIREZ AVILA, INGRID CATHERINE QUIROZ VEGA, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO, WILLIAM LEONARDO MELO RUIZ
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Evidencias
Metricas SCORM
Aprendiz
Razón
EVIDENCIA DÍA 1
EVIDENCIA DÍA 2
EVIDENCIA DÍA 3
EVIDENCIA DÍA 4
EVIDENCIA DÍA 5
LAURA MANUELA LARA ARIAS 5/5
MAURICIO ALEJANDRO LÓPEZ GARCIA 5/5
MIGUEL ALEXANDER LOPEZ HURTADO 5/5
DUVAN ALEJANDRO LOSADA SOTO 5/5
MILTON EDWIN LUCUMI GUACHETA 5/5
MELINNA ELIZABETH MALAGON MEDINA 5/5
ALEJANDRA MARTINEZ 5/5
Comentarios
Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
¡Soy Eva!
Offline
OFF
14°C
Mayorm. nublado
Buscar
ESP
LAA
9:16 a. m.
15/11/2023

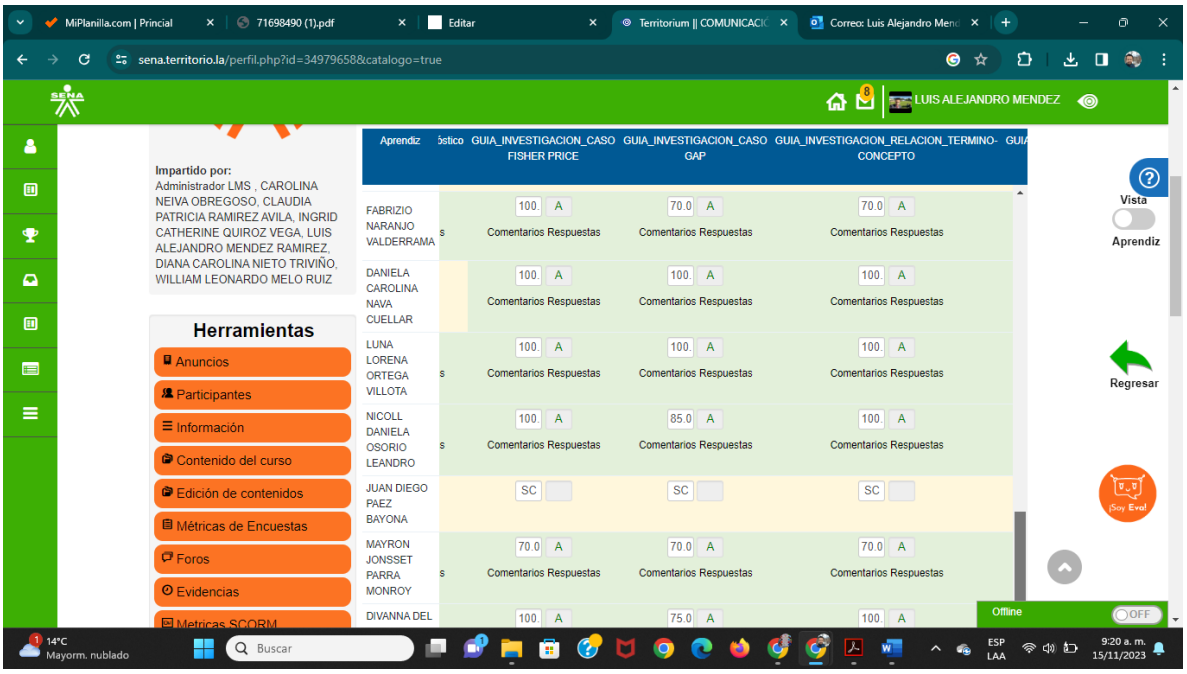

MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || COMUNICACIÓ
Correo: Luis Alejandro Mend
sena.territorio.la/perfil.php?id=34541734&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
Impartido por:
Administrador LMS , CAROLINA NEIVA OBREGOSO, CLAUDIA PATRICIA RAMIREZ AVILA, INGRID CATHERINE QUIROZ VEGA, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO, WILLIAM LEONARDO MELO RUIZ
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Evidencias
Metricas SCORM
Aprendiz
Razón
EVIDENCIA DÍA 1
EVIDENCIA DÍA 2
EVIDENCIA DÍA 3
EVIDENCIA DÍA 4
EVIDENCIA DÍA 5
ALEJANDRA MARTINEZ LOBO 5/5
WILMER EDUARDO MATEUS GARAVITO 5/5
ANDREA CATERINE MORALES ZARAZO 0/5
FABRIZIO NARANJO VALDERRAMA 5/5
DANIELA CAROLINA NAVA CUELLAR 4/5
LUNA LORENA ORTEGA VILLOTA 5/5
NICOLL DANIELA OSORIO 5/5
SC
Comentarios
Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
¡Soy Eva!
Offline
OFF
14°C
Mayorm. nublado
Buscar
ESP
LAA
9:16 a. m.
15/11/2023

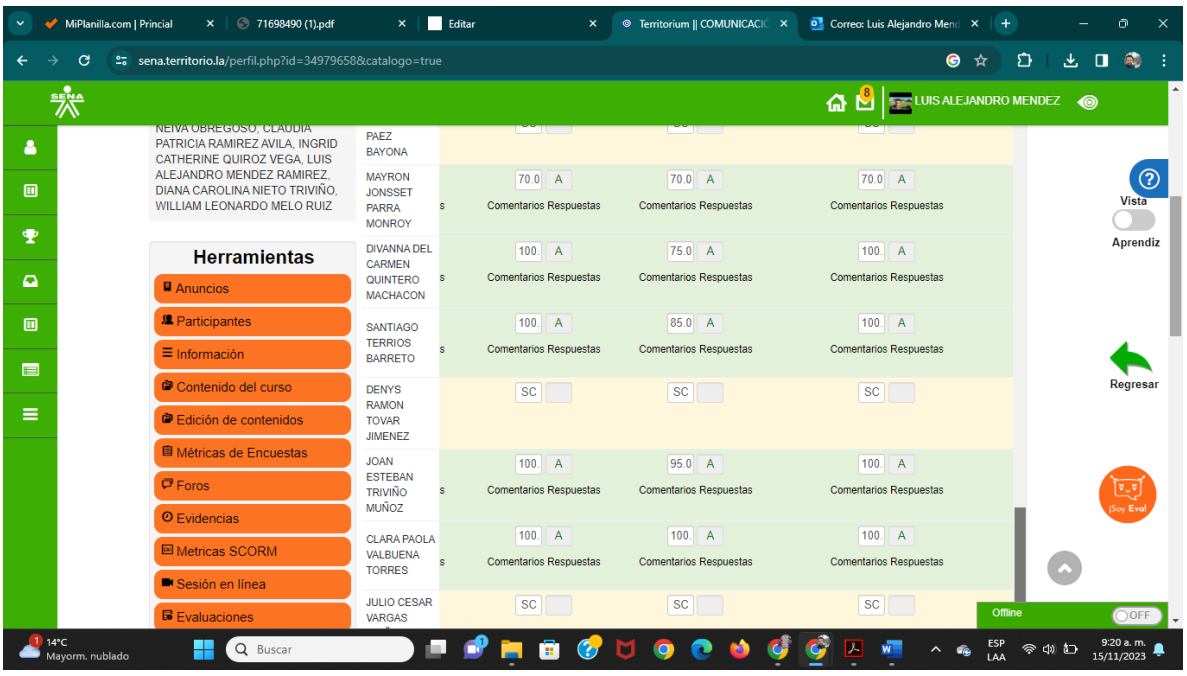

MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || COMUNICACI
Correo: Luis Alejandro Men
sena.territorio.la/perfil.php?id=34541734&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
CATHERINE QUIROZ VEGA, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO, WILLIAM LEONARDO MELO RUIZ
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Evidencias
Metricas SCORM
Sesión en línea
Evaluaciones
Sondeos
BAYONA
MAYRON JONSSET PARRA MONROY 5/5
DIVANNA DEL CARMEN QUINTERO MACHACON 5/5
SANTIAGO TERRIOS BARRETO 5/5
DENYS RAMON TOVAR JIMENEZ 0/5
JOAN ESTEBAN TRIVIÑO MUÑOZ 5/5
CLARA PAOLA VALBUENA TORRES 5/5
JULIO CESAR VARGAS RIAÑO 0/5
Comentarios Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
¡Soy Eva!
Offline
OFF
14°C Mayorm. nublado
Buscar
ESP LAA
9:17 a. m. 15/11/2023

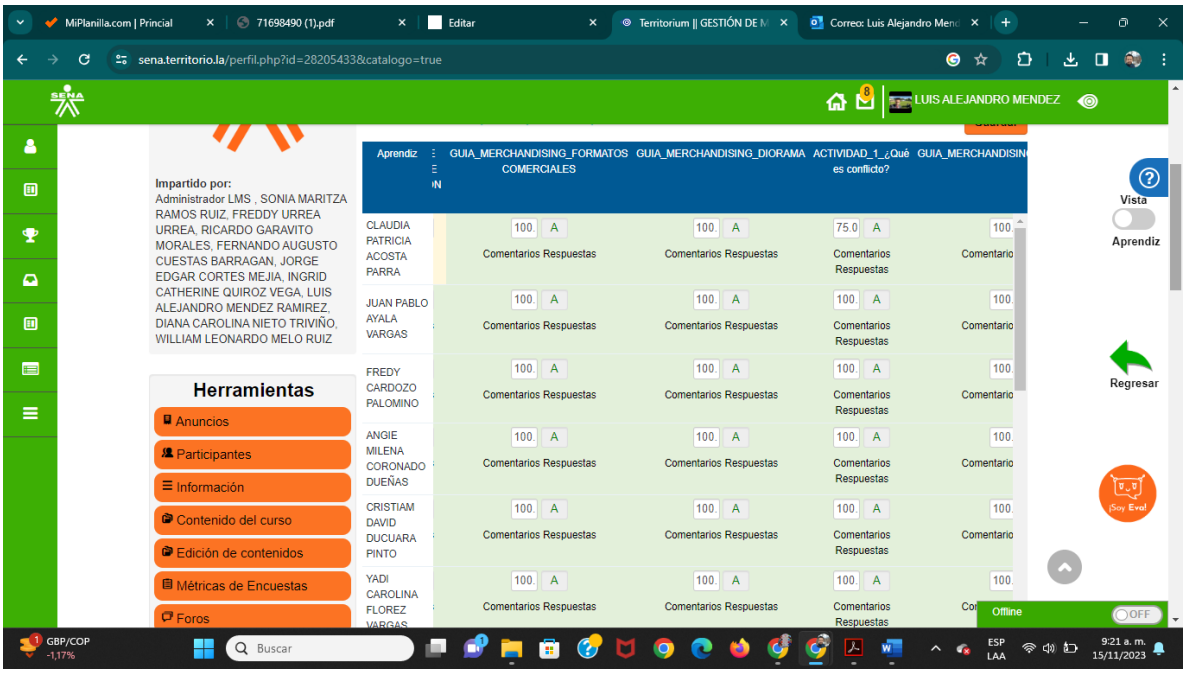

MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || COMUNICACI
Correo: Luis Alejandro Men
sena.territorio.la/perfil.php?id=34979658&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
Impartido por:
Administrador LMS , CAROLINA NEIVA OBREGOSO, CLAUDIA PATRICIA RAMIREZ AVILA, INGRID CATHERINE QUIROZ VEGA, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO, WILLIAM LEONARDO MELO RUIZ
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Evidencias
Metricas SCORM
Aprendiz
GUIA_INVESTIGACION_CASO FISHER PRICE
GUIA_INVESTIGACION_CASO GAP
GUIA_INVESTIGACION_RELACION_TERMINO-CONCEPTO
ANGELA LORENA ACOSTA HERNANDEZ
ANGIE BETH AMAYA CRUZ
JUAN DE DIOS BARRAZA RUDAS
ELIZABETH PRISCILA BUZON SUAREZ
BRYAN ALEJANDRO CABALLERO BECERRA
YULI VANESSA GAMEZ OLARTE
Comentarios Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
¡Soy Eva!
Offline
OFF
DOW +1,43%
Buscar
ESP LAA
9:19 a. m. 15/11/2023

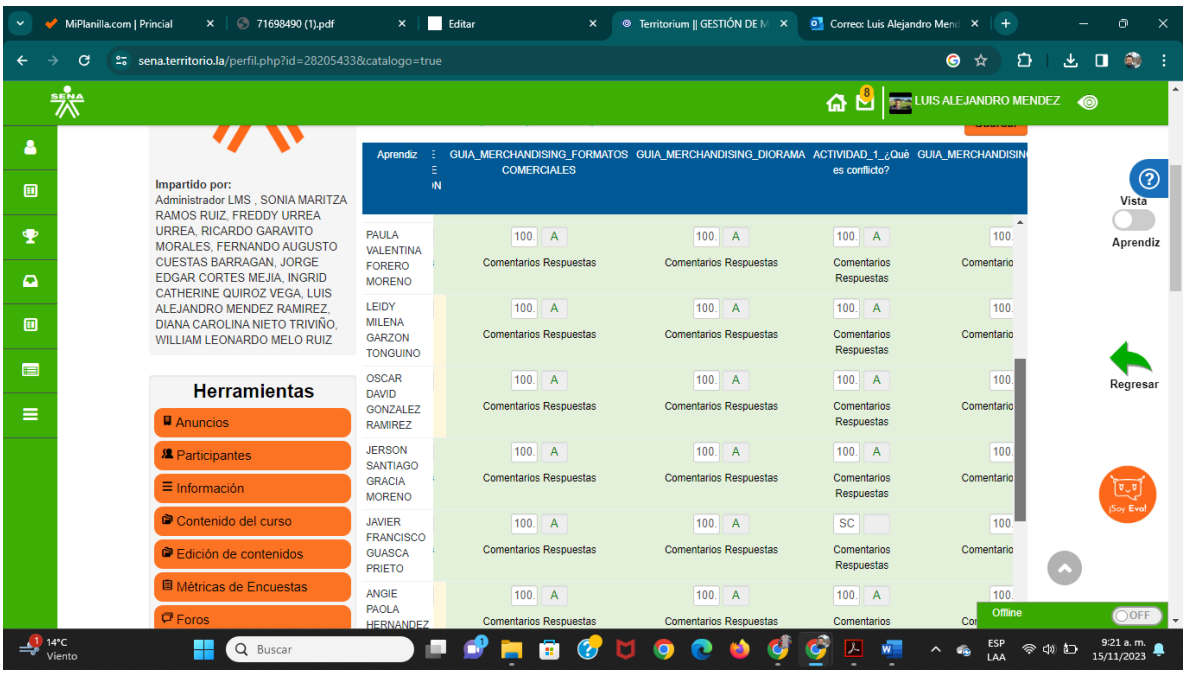

MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || COMUNICACIÓ
Correo: Luis Alejandro Mend
sena.territorio.la/perfil.php?id=34979658&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
Impartido por:
Administrador LMS , CAROLINA NEIVA OBREGOSO, CLAUDIA PATRICIA RAMIREZ AVILA, INGRID CATHERINE QUIROZ VEGA, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO, WILLIAM LEONARDO MELO RUIZ
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Evidencias
Metricas SCORM
Aprendiz
ństico
GUIA_INVESTIGACION_CASO FISHER PRICE
GUIA_INVESTIGACION_CASO GAP
GUIA_INVESTIGACION_RELACION_TERMINO-CONCEPTO
GUI
SEBASTIAN GAVIRIA OSPINA
LUISA FERNANDA HERNANDEZ OSORIO
VIDAL ALEJANDRO HERRERA CORREA
JHON ALEXANDER JIMENEZ RODRIGUEZ
LAURA MANUELA LARA ARIAS
MAURICIO ALEJANDRO LÓPEZ GARCIA
MIGUEL
100. A
80.0 A
90.0 A
Comentarios Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
¡Soy Eva!
Offline
OFF
DOW
+1,43%
Buscar
ESP
LAA
9:19 a. m.
15/11/2023

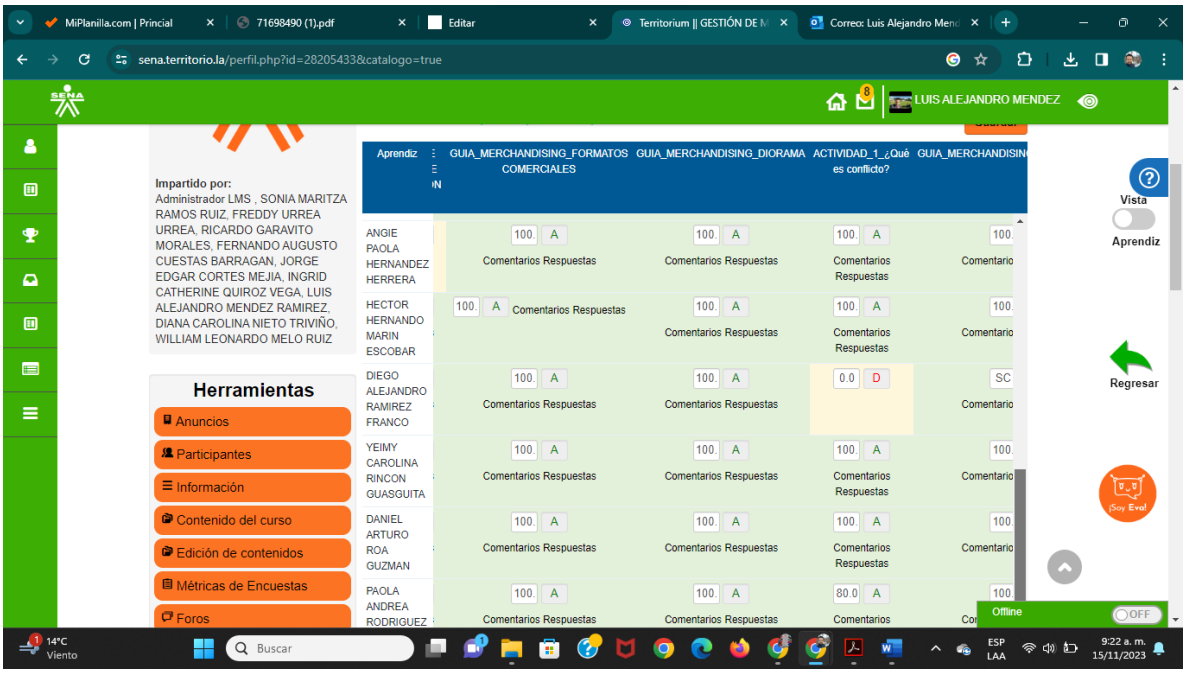

MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || COMUNICACIÓ
Correo: Luis Alejandro Mend
sena.territorio.la/perfil.php?id=34979658&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
Impartido por:
Administrador LMS , CAROLINA NEIVA OBREGOSO, CLAUDIA PATRICIA RAMIREZ AVILA, INGRID CATHERINE QUIROZ VEGA, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO, WILLIAM LEONARDO MELO RUIZ
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Evidencias
Metricas SCORM
Aprendiz
ństico
GUIA_INVESTIGACION_CASO FISHER PRICE
GUIA_INVESTIGACION_CASO GAP
GUIA_INVESTIGACION_RELACION_TERMINO-CONCEPTO
GUI
MIGUEL ALEXANDER LOPEZ HURTADO
DUVAN ALEJANDRO LOSADA SOTO
MILTON EDWIN LUCUMI GUACHETA
MELINNA ELIZABETH MALAGON MEDINA
ALEJANDRA MARTINEZ LOBO
WILMER EDUARDO MATEUS GARAVITO
100. A
90.0 A
70.0 A
Comentarios Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
¡Soy Eva!
Offline
OFF
14°C
Mayorm. nublado
Buscar
ESP
LAA
9:19 a. m.
15/11/2023

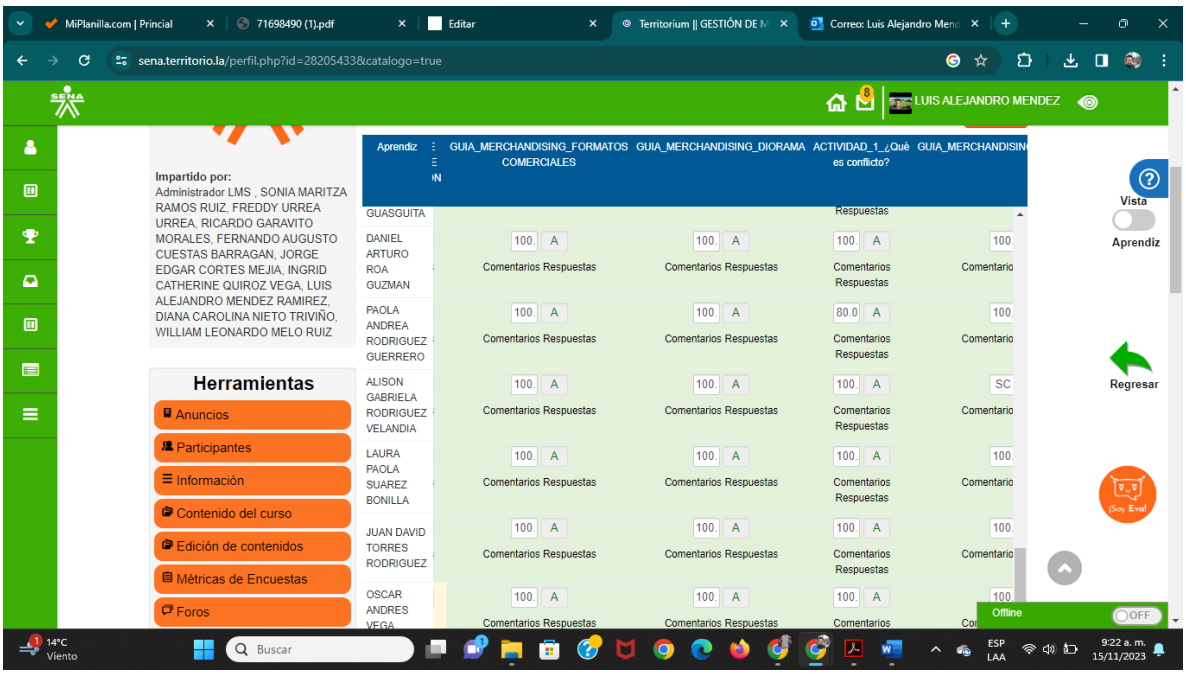

MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || COMUNICACIÓ
Correo: Luis Alejandro Mend
sena.territorio.la/perfil.php?id=34979658&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
Impartido por:
Administrador LMS , CAROLINA NEIVA OBREGOSO, CLAUDIA PATRICIA RAMIREZ AVILA, INGRID CATHERINE QUIROZ VEGA, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO, WILLIAM LEONARDO MELO RUIZ
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Evidencias
Metricas SCORM
Aprendiz
ństico
GUIA_INVESTIGACION_CASO FISHER PRICE
GUIA_INVESTIGACION_CASO GAP
GUIA_INVESTIGACION_RELACION_TERMINO-CONCEPTO
GUÍA
FABRIZIO NARANJO VALDERRAMA
DANIELA CAROLINA NAVA CUELLAR
LUNA LORENA ORTEGA VILLOTA
NICOLL DANIELA OSORIO LEANDRO
JUAN DIEGO PAEZ BAYONA
MAYRON JONSSET PARRA MONROY
DIVANNA DEL
Comentarios Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
¡Soy Eva!
Offline
OFF
14°C
Mayorm. nublado
Buscar
ESP
LAA
9:20 a. m.
15/11/2023

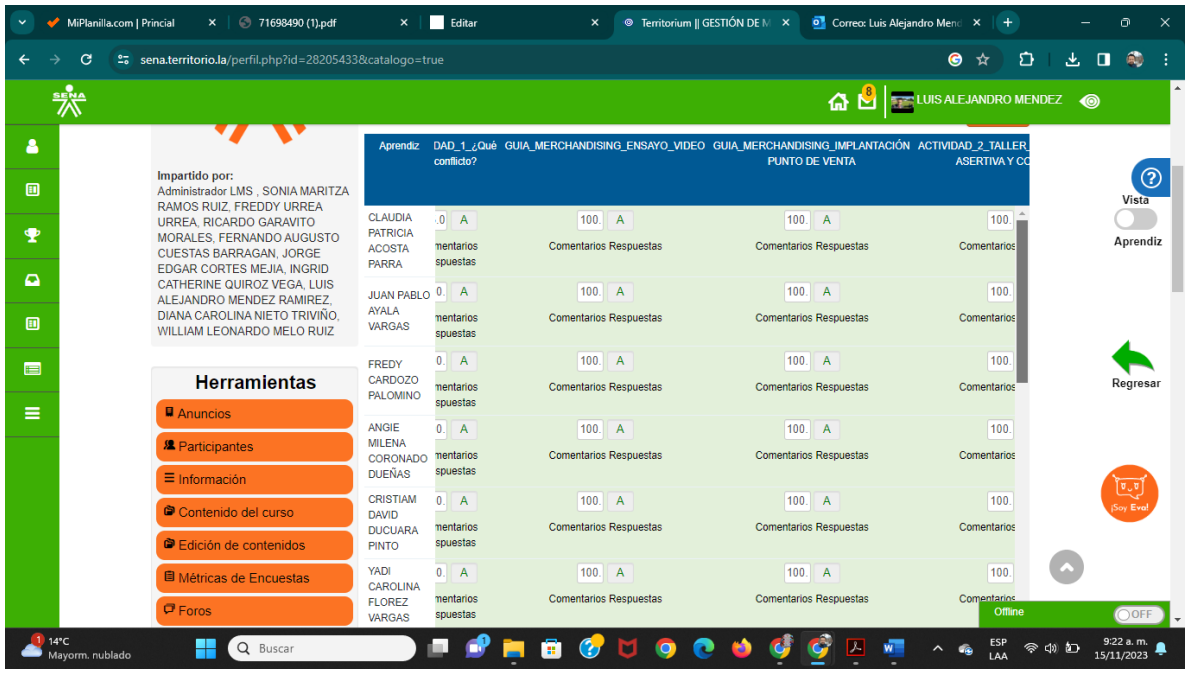

MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || COMUNICACIÓ
Correo: Luis Alejandro Mend
sena.territorio.la/perfil.php?id=34979658&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
NEIVA OBREGOSO, CLAUDIA PATRICIA RAMIREZ AVILA, INGRID CATHERINE QUIROZ VEGA, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO, WILLIAM LEONARDO MELO RUIZ
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Evidencias
Metricas SCORM
Sesión en línea
Evaluaciones
PAEZ BAYONA
MAYRON JONSSET PARRA MONROY
DIVANNA DEL CARMEN QUINTERO MACHACON
SANTIAGO TERRIOS BARRETO
DENYS RAMON TOVAR JIMENEZ
JOAN ESTEBAN TRIVIÑO MUÑOZ
CLARA PAOLA VALBUENA TORRES
JULIO CESAR VARGAS
Comentarios Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
¡Soy Eva!
Offline
OFF
14°C
Mayorm. nublado
Buscar
ESP
LAA
9:20 a. m.
15/11/2023

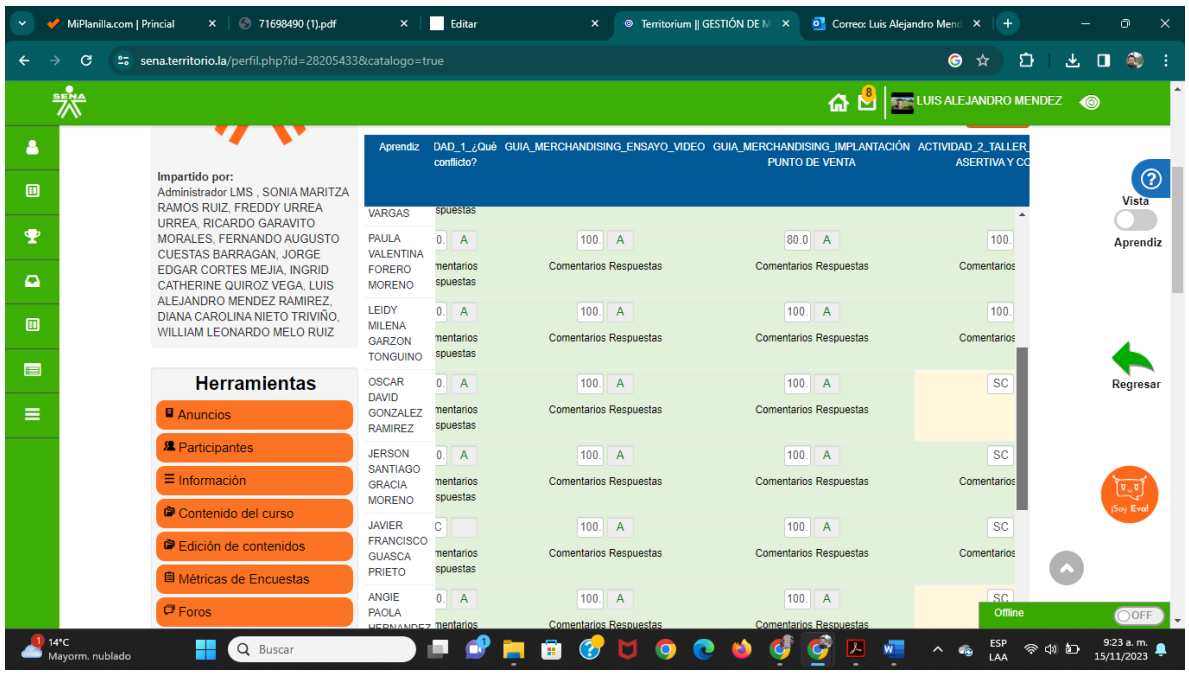

MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || GESTIÓN DE M
Correo: Luis Alejandro Men
sena.territorio.la/perfil.php?id=28205433&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
Impartido por:
Administrador LMS , SONIA MARITZA RAMOS RUIZ, FREDDY URREA URREA, RICARDO GARAVITO MORALES, FERNANDO AUGUSTO CUESTAS BARRAGAN, JORGE EDGAR CORTES MEJIA, INGRID CATHERINE QUIROZ VEGA, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO, WILLIAM LEONARDO MELO RUIZ
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Aprendiz
GUIA_MERCHANDISING_FORMATOS COMERCIALES
GUIA_MERCHANDISING_DIORAMA
ACTIVIDAD_1_¿Qué es conflicto?
CLAUDIA PATRICIA ACOSTA PARRA
JUAN PABLO AYALA VARGAS
FREDY CARDOZO PALOMINO
ANGIE MILENA CORONADO DUEÑAS
CRISTIAM DAVID DUCUARA PINTO
YADI CAROLINA FLOREZ VARGAS
Comentarios Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
¡Soy Eva!
Offline
OFF
GBP/COP -1,17%
Buscar
ESP LAA
9:21 a. m. 15/11/2023

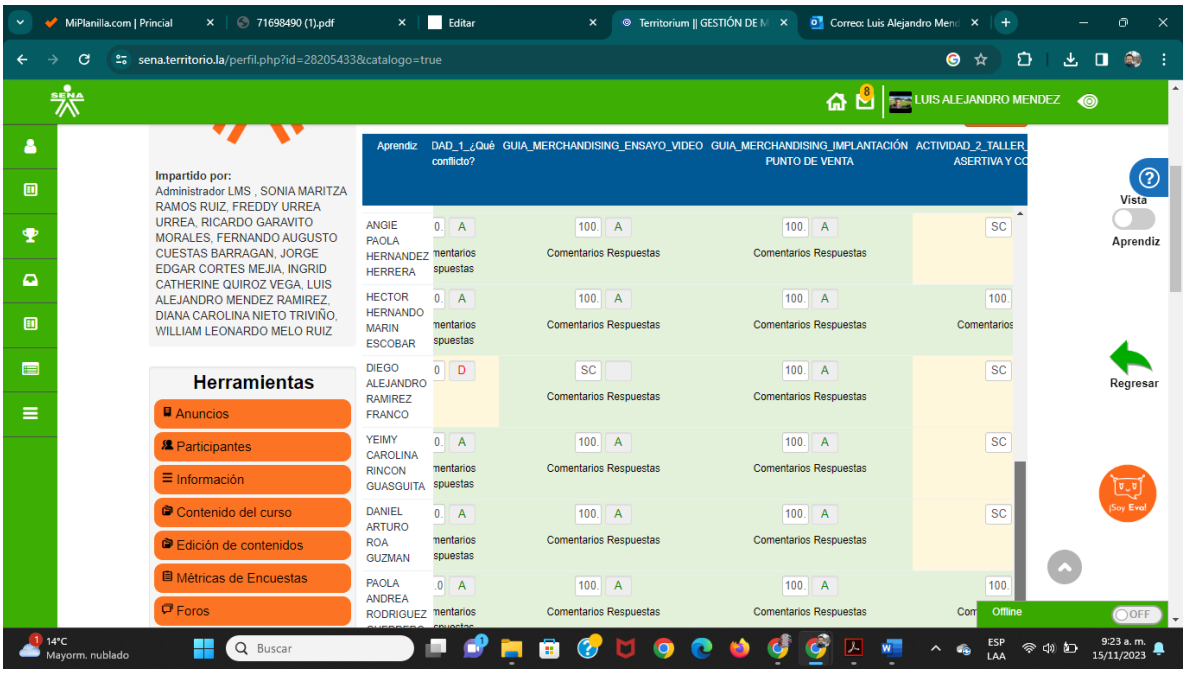

MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || GESTIÓN DE M
Correo: Luis Alejandro Men
sena.territorio.la/perfil.php?id=28205433&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
Impartido por:
Administrador LMS , SONIA MARITZA RAMOS RUIZ, FREDDY URREA URREA, RICARDO GARAVITO MORALES, FERNANDO AUGUSTO CUESTAS BARRAGAN, JORGE EDGAR CORTES MEJIA, INGRID CATHERINE QUIROZ VEGA, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO, WILLIAM LEONARDO MELO RUIZ
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Aprendiz
GUIA_MERCHANDISING_FORMATOS COMERCIALES
GUIA_MERCHANDISING_DIORAMA
ACTIVIDAD_1_¿Qué es conflicto?
PAULA VALENTINA FORERO MORENO
LEIDY MILENA GARZON TONGUINO
OSCAR DAVID GONZALEZ RAMIREZ
JERSON SANTIAGO GRACIA MORENO
JAVIER FRANCISCO GUASCA PRIETO
ANGIE PAOLA HERNANDEZ
Comentarios Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
¡Soy Eva!
Offline
OFF
14°C Viento
Buscar
ESP LAA
9:21 a. m. 15/11/2023

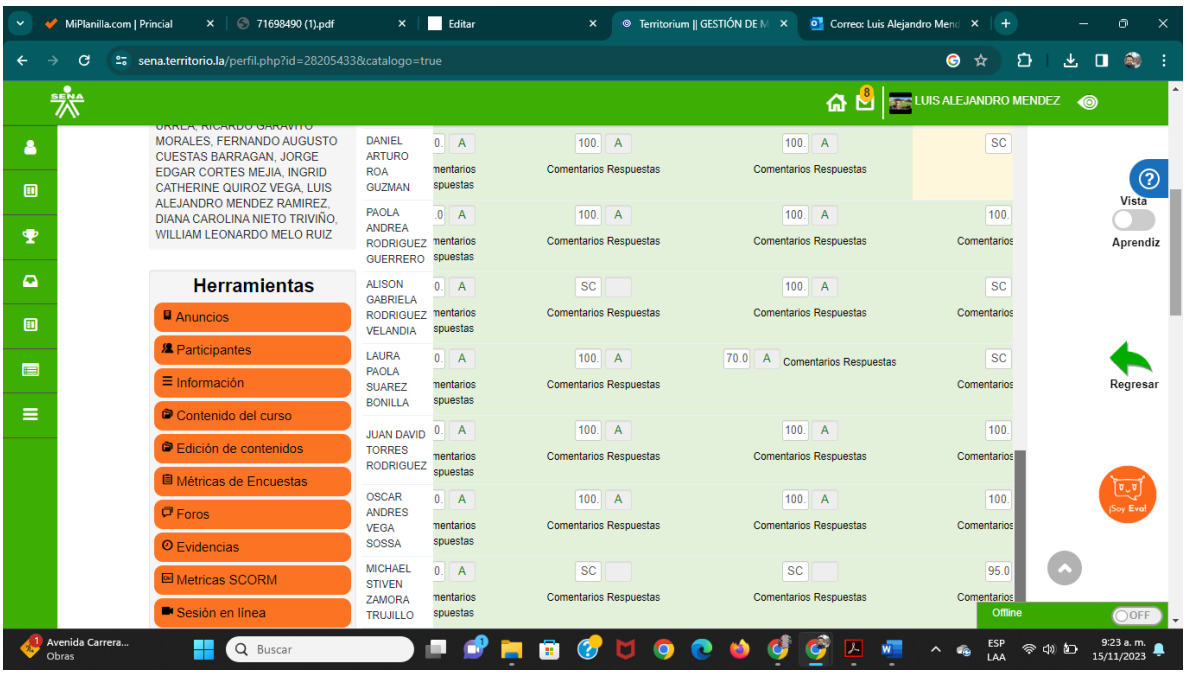

MiPlanilla.com | Principal
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || GESTIÓN DE M
Correo: Luis Alejandro Mend
sena.territorio.la/perfil.php?id=28205433&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
Impartido por:
Administrador LMS , SONIA MARITZA RAMOS RUIZ, FREDDY URREA URREA, RICARDO GARAVITO MORALES, FERNANDO AUGUSTO CUESTAS BARRAGAN, JORGE EDGAR CORTES MEJIA, INGRID CATHERINE QUIROZ VEGA, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO, WILLIAM LEONARDO MELO RUIZ
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Aprendiz
GUIA_MERCHANDISING_FORMATOS COMERCIALES
GUIA_MERCHANDISING_DIORAMA
ACTIVIDAD_1_¿Qué es conflicto?
ANGIE PAOLA HERNANDEZ HERRERA
HECTOR HERNANDO MARIN ESCOBAR
DIEGO ALEJANDRO RAMIREZ FRANCO
YEIMY CAROLINA RINCON GUASGUITA
DANIEL ARTURO ROA GUZMAN
PAOLA ANDREA RODRIGUEZ
Comentarios Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
Offline
OFF
14°C Viento
Buscar
ESP LAA
9:22 a. m. 15/11/2023

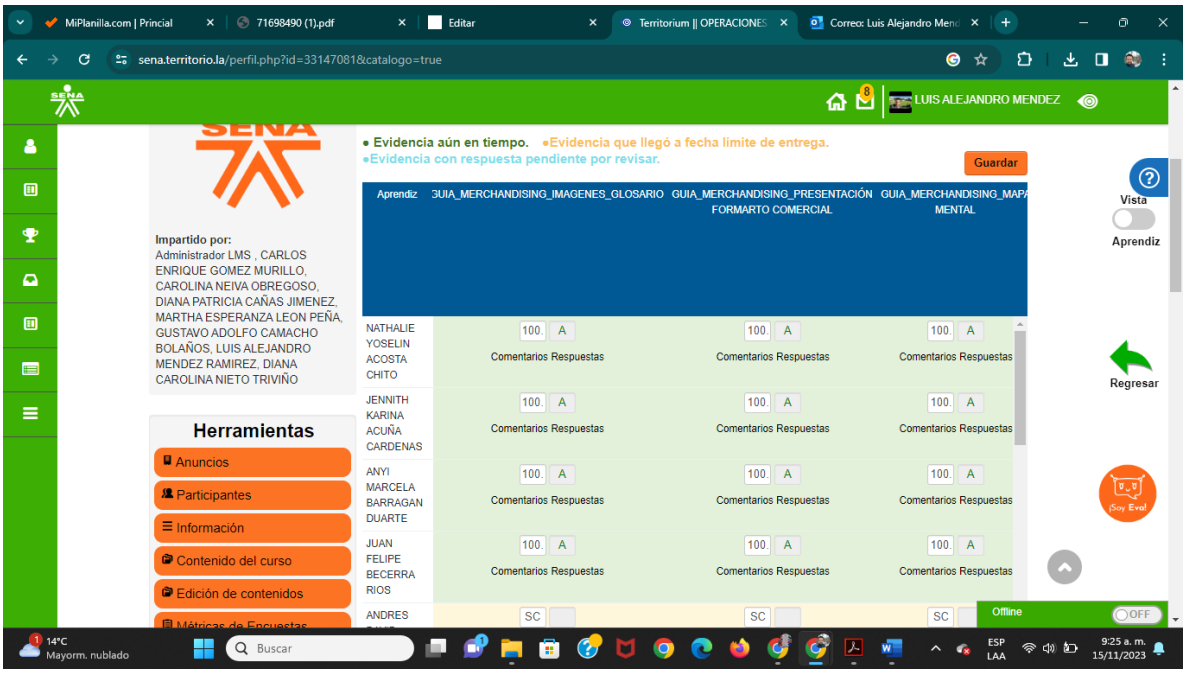

MiPlanilla.com | Principal
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || GESTIÓN DE M
Correo: Luis Alejandro Mend
sena.territorio.la/perfil.php?id=28205433&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
Impartido por:
Administrador LMS , SONIA MARITZA RAMOS RUIZ, FREDDY URREA URREA, RICARDO GARAVITO MORALES, FERNANDO AUGUSTO CUESTAS BARRAGAN, JORGE EDGAR CORTES MEJIA, INGRID CATHERINE QUIROZ VEGA, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO, WILLIAM LEONARDO MELO RUIZ
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Aprendiz
GUIA_MERCHANDISING_FORMATOS COMERCIALES
GUIA_MERCHANDISING_DIORAMA
ACTIVIDAD_1_¿Qué es conflicto?
GUASGUITA
DANIEL ARTURO ROA GUZMAN
PAOLA ANDREA RODRIGUEZ GUERRERO
ALISON GABRIELA RODRIGUEZ VELANDIA
LAURA PAOLA SUAREZ BONILLA
JUAN DAVID TORRES RODRIGUEZ
OSCAR ANDRES VEGA
Comentarios Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
Offline
OFF
14°C Viento
Buscar
ESP LAA
9:22 a. m. 15/11/2023

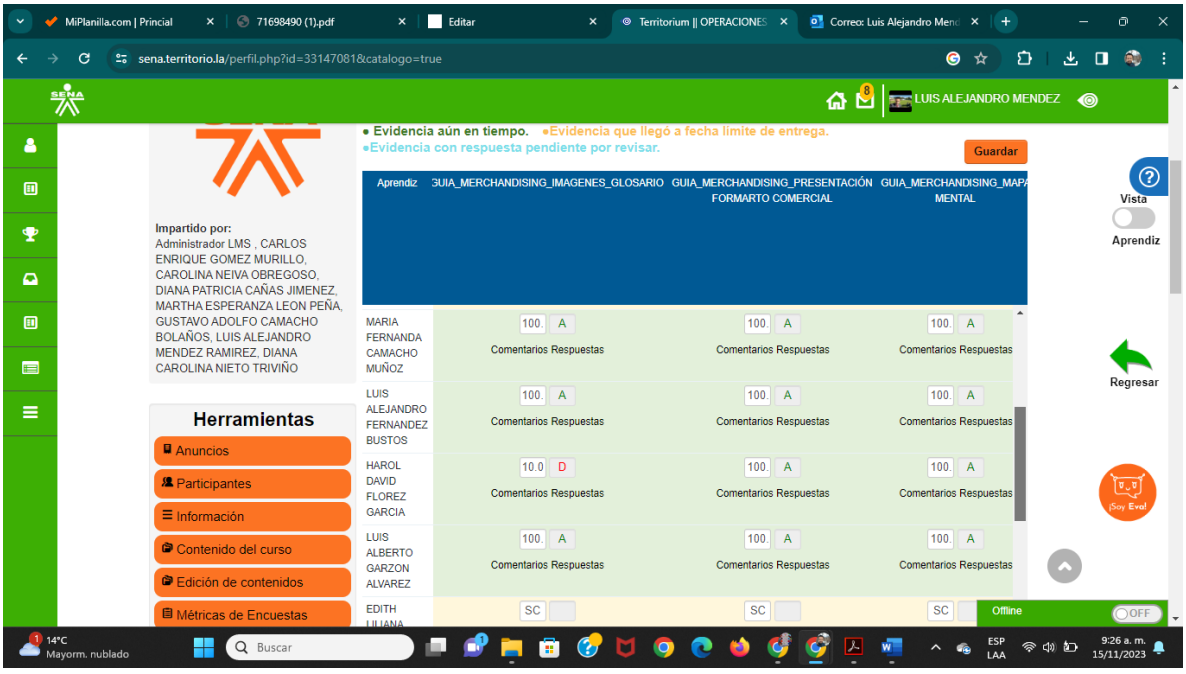

MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || GESTIÓN DE M
Correo: Luis Alejandro Mend
sena.territorio.la/perfil.php?id=28205433&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
Impartido por:
Administrador LMS , SONIA MARITZA RAMOS RUIZ, FREDDY URREA URREA, RICARDO GARAVITO MORALES, FERNANDO AUGUSTO CUESTAS BARRAGAN, JORGE EDGAR CORTES MEJIA, INGRID CATHERINE QUIROZ VEGA, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO, WILLIAM LEONARDO MELO RUIZ
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Aprendiz
DAD_1_¿Qué conflicto?
GUIA_MERCHANDISING_ENSAYO_VIDEO
GUIA_MERCHANDISING_IMPLANTACIÓN PUNTO DE VENTA
ACTIVIDAD_2_TALLER_ ASERTIVA Y CO
CLAUDIA PATRICIA ACOSTA PARRA
JUAN PABLO AYALA VARGAS
FREDY CARDOZO PALOMINO
ANGIE MILENA CORONADO DUEÑAS
CRISTIAM DAVID DUCUARA PINTO
YADI CAROLINA FLOREZ VARGAS
Comentarios Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
¡Soy Eva!
Offline
OFF
14°C
Mayorm. nublado
Buscar
ESP
LAA
9:22 a. m.
15/11/2023

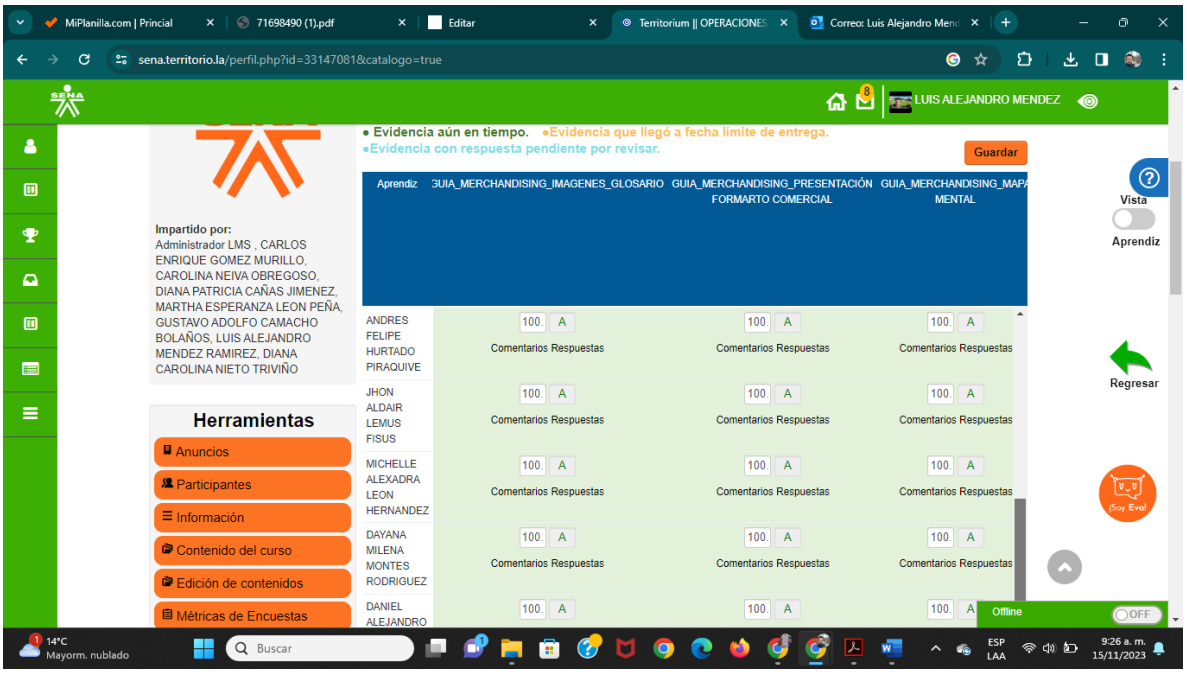

MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || GESTIÓN DE M
Correo: Luis Alejandro Mend
sena.territorio.la/perfil.php?id=28205433&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
Impartido por:
Administrador LMS , SONIA MARITZA RAMOS RUIZ, FREDDY URREA URREA, RICARDO GARAVITO MORALES, FERNANDO AUGUSTO CUESTAS BARRAGAN, JORGE EDGAR CORTES MEJIA, INGRID CATHERINE QUIROZ VEGA, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO, WILLIAM LEONARDO MELO RUIZ
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Aprendiz
DAD_1_¿Qué conflicto?
GUIA_MERCHANDISING_ENSAYO_VIDEO
GUIA_MERCHANDISING_IMPLANTACIÓN PUNTO DE VENTA
ACTIVIDAD_2_TALLER_ ASERTIVA Y CO
VARGAS
PAULA VALENTINA FORERO MORENO
LEIDY MILENA GARZON TONGUINO
OSCAR DAVID GONZALEZ RAMIREZ
JERSON SANTIAGO GRACIA MORENO
JAVIER FRANCISCO GUASCA PRIETO
ANGIE PAOLA
Comentarios Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
¡Soy Eva!
Offline
OFF
14°C
Mayorm. nublado
Buscar
ESP
LAA
9:23 a. m.
15/11/2023

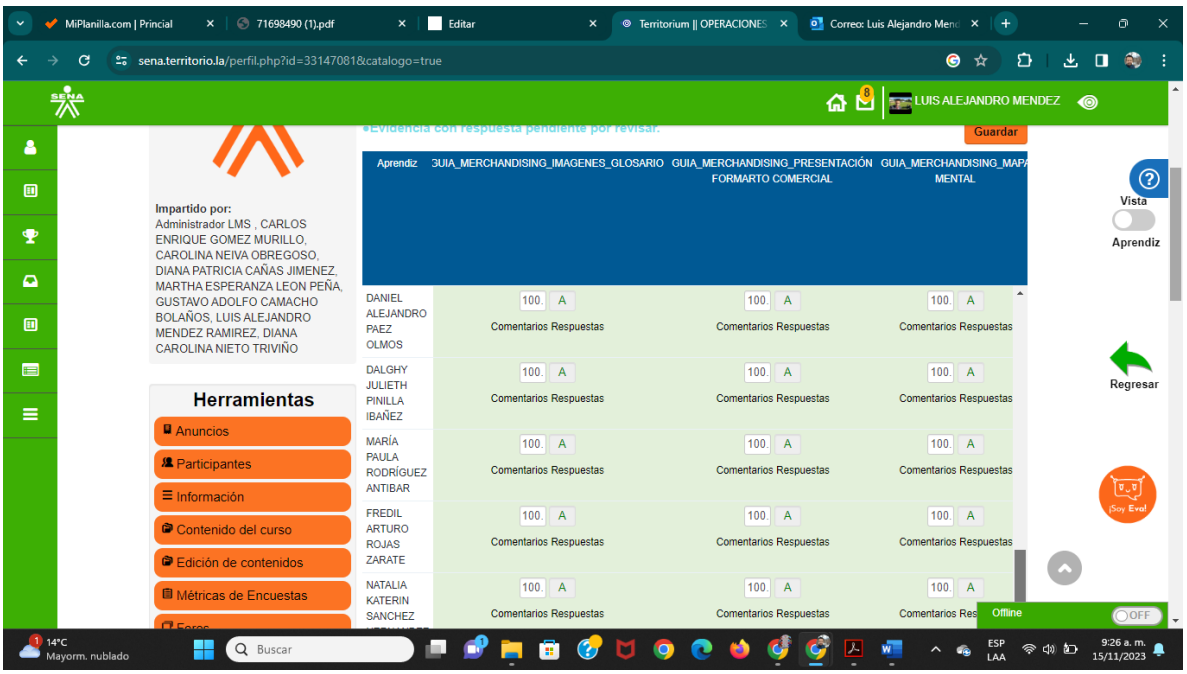

MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || GESTIÓN DE M
Correo: Luis Alejandro Mend
sena.territorio.la/perfil.php?id=28205433&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
Impartido por:
Administrador LMS , SONIA MARITZA RAMOS RUIZ, FREDDY URREA URREA, RICARDO GARAVITO MORALES, FERNANDO AUGUSTO CUESTAS BARRAGAN, JORGE EDGAR CORTES MEJIA, INGRID CATHERINE QUIROZ VEGA, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO, WILLIAM LEONARDO MELO RUIZ
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Aprendiz
DAD_1_¿Qué conflicto?
GUIA_MERCHANDISING_ENSAYO_VIDEO
GUIA_MERCHANDISING_IMPLANTACIÓN PUNTO DE VENTA
ACTIVIDAD_2_TALLER_ ASERTIVA Y CC
ANGIE PAOLA HERNANDEZ HERRERA
HECTOR HERNANDO MARIN ESCOBAR
DIEGO ALEJANDRO RAMIREZ FRANCO
YEIMY CAROLINA RINCON GUASGUITA
DANIEL ARTURO ROA GUZMAN
PAOLA ANDREA RODRIGUEZ
Comentarios Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
Offline
OFF
14°C
Mayorm. nublado
Buscar
ESP
LAA
9:23 a. m.
15/11/2023

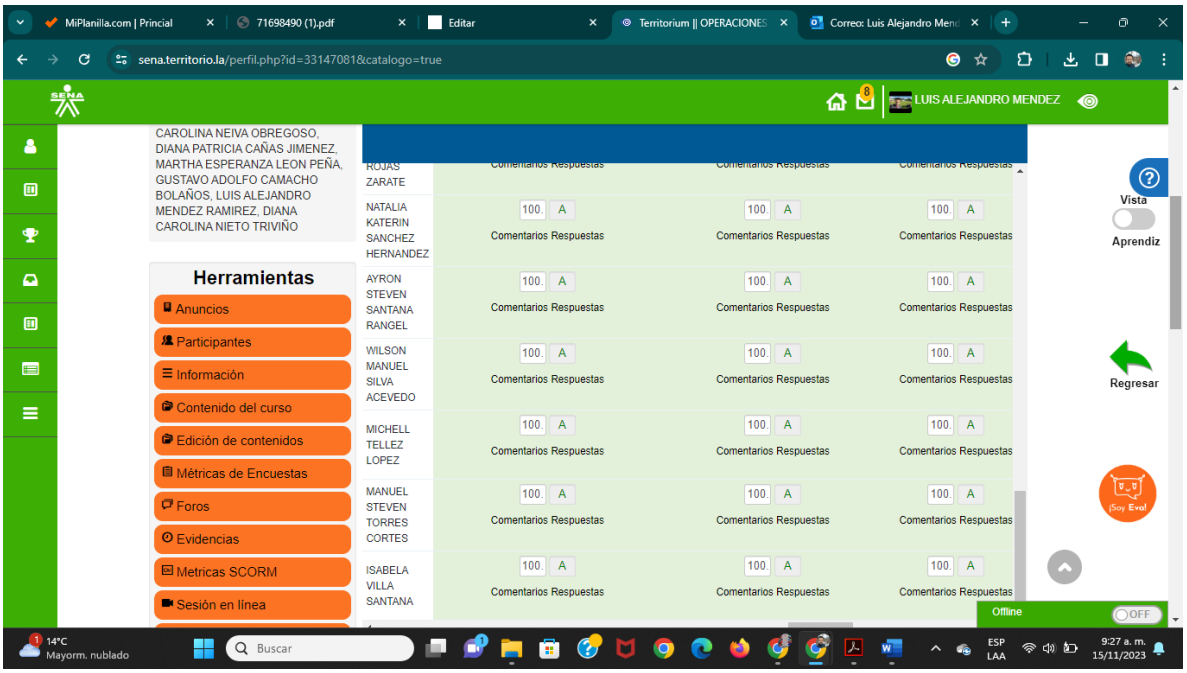

MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || GESTIÓN DE M
Correo: Luis Alejandro Mend
sena.territorio.la/perfil.php?id=28205433&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
MORALES, FERNANDO AUGUSTO CUESTAS BARRAGAN, JORGE EDGAR CORTES MEJIA, INGRID CATHERINE QUIROZ VEGA, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO, WILLIAM LEONARDO MELO RUIZ
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Evidencias
Metricas SCORM
Sesión en línea
DANIEL ARTURO ROA GUZMAN
PAOLA ANDREA RODRIGUEZ GUERRERO
ALISON GABRIELA RODRIGUEZ VELANDIA
LAURA PAOLA SUAREZ BONILLA
JUAN DAVID TORRES RODRIGUEZ
OSCAR ANDRES VEGA SOSSA
MICHAEL STIVEN ZAMORA TRUJILLO
Comentarios Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
Offline
OFF
Avenida Carrera...
Obras
Buscar
ESP
LAA
9:23 a. m.
15/11/2023


MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || OPERACIONES
Correo: Luis Alejandro Men
sena.territorio.la/perfil.php?id=33147081&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
• Evidencia aún en tiempo. •Evidencia que llegó a fecha límite de entrega.
•Evidencia con respuesta pendiente por revisar.
Guardar
Aprendiz
GUIA_MERCHANDISING_IMAGENES_GLOSARIO
GUIA_MERCHANDISING_PRESENTACIÓN FORMARTO COMERCIAL
GUIA_MERCHANDISING_MAPA MENTAL
NATHALIE YOSELIN ACOSTA CHITO
JENNITH KARINA ACUÑA CARDENAS
ANYI MARCELA BARRAGAN DUARTE
JUAN FELIPE BECERRA RIOS
ANDRES
Comentarios Respuestas
Impartido por:
Administrador LMS , CARLOS ENRIQUE GOMEZ MURILLO, CAROLINA NEIVA OBREGOSO, DIANA PATRICIA CAÑAS JIMENEZ, MARTHA ESPERANZA LEON PEÑA, GUSTAVO ADOLFO CAMACHO BOLAÑOS, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
¡Soy Eva!
Offline
OFF
14°C
Mayorm. nublado
Buscar
ESP
LAA
9:25 a. m.
15/11/2023


MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || OPERACIONES
Correo: Luis Alejandro Men
sena.territorio.la/perfil.php?id=33147081&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
• Evidencia aún en tiempo. •Evidencia que llegó a fecha límite de entrega.
•Evidencia con respuesta pendiente por revisar.
Guardar
Aprendiz
GUIA_MERCHANDISING_IMAGENES_GLOSARIO
GUIA_MERCHANDISING_PRESENTACIÓN FORMARTO COMERCIAL
GUIA_MERCHANDISING_MAPA MENTAL
MARIA FERNANDA CAMACHO MUÑOZ
LUIS ALEJANDRO FERNANDEZ BUSTOS
HAROL DAVID FLOREZ GARCIA
LUIS ALBERTO GARZON ALVAREZ
EDITH LILIANA
Comentarios Respuestas
Impartido por:
Administrador LMS , CARLOS ENRIQUE GOMEZ MURILLO, CAROLINA NEIVA OBREGOSO, DIANA PATRICIA CAÑAS JIMENEZ, MARTHA ESPERANZA LEON PEÑA, GUSTAVO ADOLFO CAMACHO BOLAÑOS, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
¡Soy Eva!
Offline
OFF
14°C
Mayorm. nublado
Buscar
ESP
LAA
9:26 a. m.
15/11/2023


MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || OPERACIONES
Correo: Luis Alejandro Men
sena.territorio.la/perfil.php?id=33147081&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
• Evidencia aún en tiempo. •Evidencia que llegó a fecha límite de entrega.
•Evidencia con respuesta pendiente por revisar.
Guardar
Impartido por:
Administrador LMS , CARLOS ENRIQUE GOMEZ MURILLO, CAROLINA NEIVA OBREGOSO, DIANA PATRICIA CAÑAS JIMENEZ, MARTHA ESPERANZA LEON PEÑA, GUSTAVO ADOLFO CAMACHO BOLAÑOS, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Aprendiz
GUIA_MERCHANDISING_IMAGENES_GLOSARIO
GUIA_MERCHANDISING_PRESENTACIÓN FORMARTO COMERCIAL
GUIA_MERCHANDISING_MAPA MENTAL
ANDRES FELIPE HURTADO PIRAQUIVE
JHON ALDAIR LEMUS FISUS
MICHELLE ALEXADRA LEON HERNANDEZ
DAYANA MILENA MONTES RODRIGUEZ
DANIEL ALEJANDRO
100. A
Comentarios Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
¡Soy Eva!
Offline
OFF
14°C
Mayorm. nublado
Buscar
ESP
LAA
9:26 a. m.
15/11/2023


MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || OPERACIONES
Correo: Luis Alejandro Men
sena.territorio.la/perfil.php?id=33147081&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
•Evidencia con respuesta pendiente por revisar.
Guardar
Impartido por:
Administrador LMS , CARLOS ENRIQUE GOMEZ MURILLO, CAROLINA NEIVA OBREGOSO, DIANA PATRICIA CAÑAS JIMENEZ, MARTHA ESPERANZA LEON PEÑA, GUSTAVO ADOLFO CAMACHO BOLAÑOS, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Aprendiz
GUIA_MERCHANDISING_IMAGENES_GLOSARIO
GUIA_MERCHANDISING_PRESENTACIÓN FORMARTO COMERCIAL
GUIA_MERCHANDISING_MAPA MENTAL
DANIEL ALEJANDRO PAEZ OLMOS
DALGHY JULIETH PINILLA IBAÑEZ
MARÍA PAULA RODRÍGUEZ ANTIBAR
FREDIL ARTURO ROJAS ZARATE
NATALIA KATERIN SANCHEZ
100. A
Comentarios Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
¡Soy Eva!
Offline
OFF
14°C
Mayorm. nublado
Buscar
ESP
LAA
9:26 a. m.
15/11/2023


MiPlanilla.com | Princial
71698490 (1).pdf
Editar
Territorium || OPERACIONES
Correo: Luis Alejandro Men
sena.territorio.la/perfil.php?id=33147081&catalogo=true
LUIS ALEJANDRO MENDEZ
CAROLINA NEIVA OBREGOSO, DIANA PATRICIA CAÑAS JIMENEZ, MARTHA ESPERANZA LEON PEÑA, GUSTAVO ADOLFO CAMACHO BOLAÑOS, LUIS ALEJANDRO MENDEZ RAMIREZ, DIANA CAROLINA NIETO TRIVIÑO
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Evidencias
Metricas SCORM
Sesión en línea
ROJAS ZARATE
NATALIA KATERIN SANCHEZ HERNANDEZ
AYRON STEVEN SANTANA RANGEL
WILSON MANUEL SILVA ACEVEDO
MICHELL TELLEZ LOPEZ
MANUEL STEVEN TORRES CORTES
ISABELA VILLA SANTANA
Comentarios Respuestas
Vista
Aprendiz
Regresar
¡Soy Eva!
Offline
OFF
14°C
Mayorm. nublado
Buscar
ESP
LAA
9:27 a. m.
15/11/2023