PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Barranquilla, Mayo de 2020

Señor (a)
MILDRED MERCEDES BELTRÁN MEDINA
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. **1363338**
Coordinador Académico Gestión
Titulada Virtual
Barranquilla

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes Mayo del año 2020

Referencia: No 1363338 del año 2020

LAURA VILLANUEVA DIAZGRANADOS, identificado con la cédula de ciudadanía No. 1.044.422.430 de Puerto Colombia, en mi calidad de Contratista del SENA, en Titulada Virtual, 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: d). un pago correspondiente al mes de Mayo de 2020 por valor de (2.598.999). Los honorarios serán pagados por el SENA al contratista de acuerdo al cronograma definido por la Dirección Administrativa y Financiera de la Dirección General, en la cuenta de Ahorros No. 48730406935 Bancolombia, cuyo titular es el Contratista.

Plazo: Será hasta el 11 de Diciembre de 2020.

OBJETO:
Desarrollar formación profesional por competencias laborales, mediante la estrategia de aprendizaje por proyectos en los programas de formación de GESTIÓN DEL MERCADO, articipando en los equipos de diseño y desarrollo curricular y gestionando las actividades y proyectos a través de las tecnologías de la información y la comunicación que brinda la entidad

CLÁUSULA (No. de cláusula donde se encuentren las obligaciones del contratista)

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Planificar el desarrollo curricular del programa de formación a impartir de acuerdo a los procedimientos de formación profesional de la entidad.	Planeación pedagógica del programa de Análisis y Desarrollo de Sistemas de Información. Revisión de guías de aprendizaje, alistamiento de cursos, realización del cronograma de	2110665, 2110671, 2110673

		actividades de acuerdo a la planeación establecida.	
2	Participar en la elaboración del proyecto formativo de cada programa de formación a impartir de acuerdo a los procedimientos de formacion profesional de la entidad.	NO APLICA	NO APLICA
3	Gestionar actividades de formación con apoyo en la plataforma virtual dispuesta por la entidad y garantizar el uso de la misma por parte de los aprendices.	Registro de notas en el centro de calificaciones y seguimiento a aprendices. Procedimiento de alistamiento, de ejecución y cierre de curso de complementaria virtual con base en los estándares de ejecución de la formación complementaria con modalidad virtual. Evaluar actividades de aprendizaje por cada unidad temática. Retroalimentar y concluir foros temáticos por cada tema de las diferentes unidades.	2110665, 2110671, 2110673
4	Ejecutar acciones de formación profesional según el área de conocimiento asignada en el objeto contractual y acorde al nivel de formación, jornada y modalidad establecida en la programación específica de acciones de formación.	Atención a los aprendices por medio de mensajería interna en la plataforma Territorium, sesiones en línea, foros temáticos y correo electrónico. Capacitación a instructores en la formación virtual en las fichas 2110665, 2110671, 2110673	2110665, 2110671, 2110673

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

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

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 enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el No. de la planilla, operador y periodo. (Decreto Ley 2106 de 2019 – " *Decreto Ley Antitrámites"*)

Evidencias en ( ) folios

Cordialmente,

LAURA VILLANUEVA DIAZGRANADOS
Contratista
C.C. No. 1.044.422.430

Recibí a satisfacción:

MILDRED MERCEDES BELTRÁN MEDINA
Supervisor(a) Contrato 1363338 de 2020
Coordinador Académico Gestión

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: LAURA VILLANUEVA DIAZGRANADOS

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO INDUSTRIAL Y DE AVIACION

FECHA INICIAL: 01/05/2020 00:00:00

FECHA FINAL: 30/05/2020 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2104672 - 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.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE 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.
• 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.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE 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.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROMOVER LA INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS 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

REALIZAR LA SEGMENTACIÓN A PARTIR DE CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS, DEMOGRÁFICAS, CULTURALES, GEOGRÁFICAS, PSICOLÓGICOS Y SOCIOECONÓMICAS DE CADA ESTRATO SOCIAL COMBINANDO LAS VARIABLES PARA PRODUCIR EL NIVEL DE ACEPTACIÓN DE UN PRODUCTO O SERVICIO, IDENTIFICANDO EL SEGMENTO DE MERCADO CON BASE EN CARACTERÍSTICAS, INTERESES, PREFERENCIAS Y OPINIONES DE LA POBLACIÓN A LA QUE SE DESEA LLEGAR CON EL PRODUCTO O SERVICIO A MERCADEAR BASADO EN LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

RECOPILAR LA INFORMACIÓN SOBRE COMPORTAMIENTO, RELACIONES DE CAUSALIDAD, TAMAÑO DE MUESTRA SON RECOPILADAS PARA BASE DE DATOS DE POBLACIÓN POR EDADES, MAPAS, PLANOS, FOTOGRAFÍAS DEFINIENDO EL SEGMENTO OBJETIVO, DIVIDIENDO LOS PAÍSES EN GRUPOS HOMOGÉNEOS CON EL FIN DE QUE LAS ESTRATEGIAS DEFINIDAS SEAN VÁLIDAS EN DISTINTOS PAÍSES POR LAS SIMILITUDES ECONÓMICAS Y CULTURALES, GEOGRÁFICAS, CLIMAS, COSTUMBRES, RELIGIÓN, TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES PARA VENDER LOS PRODUCTOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA ORGANIZACIÓN.

SELECCIONAR LOS CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DEPENDIENDO SI SE TRATA DE SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE CONSUMO O SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE INVERSIÓN TENIENDO EN CUENTA NORMAS NACIONALES E INTERNACIONALES, DETERMINANDO EL POTENCIAL DE EXPORTACIÓN, LAS DIMENSIONES Y CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA Y LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES, SON DETERMINADOS PARA SEGMENTAR EL MERCADO Y EL POTENCIAL DE COMPRADORES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE ACUERDO CON LA MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	39,70

FICHA DE APRENDIZAJE:	2110665 - SERVICIO AL CLIENTE MEDIANTE LA COMUNICACION TELEFONICA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- ATENDER TELEFÓNICAMENTE, APLICANDO ACTITUDES Y VALORES DE ACUERDO AL PROTOCOLO EMPRESARIAL.

- DOCUMENTAR LA ATENCIÓN A LOS CLIENTES DE ACUERDO A LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS PARA LA TRAZABILIDAD.

- PROPORCIONAR INFORMACIÓN AL CLIENTE DE MANERA EFECTIVA, CLARA Y FLUIDA, EN EL TIEMPO ADECUADO.

- REDACTAR MENSAJES ELECTRÓNICOS RELACIONADOS CON LOS CLIENTES, CON CLARIDAD Y NORMAS DE CORTESÍA.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 32,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2104833 - 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.

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

• 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.
• 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.
• 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.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	OPERAR LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN SEGÚN NORMAS Y POLÍTICAS INTERNAS Y EXTERNAS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

• 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 INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS 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

REALIZAR LA SEGMENTACIÓN A PARTIR DE CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS, DEMOGRÁFICAS, CULTURALES, GEOGRÁFICAS, PSICOLÓGICOS Y SOCIOECONÓMICAS DE CADA ESTRATO SOCIAL COMBINANDO LAS VARIABLES PARA PRODUCIR EL NIVEL DE ACEPTACIÓN DE UN PRODUCTO O SERVICIO, IDENTIFICANDO EL SEGMENTO DE MERCADO CON BASE EN CARACTERÍSTICAS, INTERESES, PREFERENCIAS Y OPINIONES DE LA POBLACIÓN A LA QUE SE DESEA LLEGAR CON EL PRODUCTO O SERVICIO A MERCADEAR BASADO EN LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

RECOPILAR LA INFORMACIÓN SOBRE COMPORTAMIENTO, RELACIONES DE CAUSALIDAD, TAMAÑO DE MUESTRA SON RECOPILADAS PARA BASE DE DATOS DE POBLACIÓN POR EDADES, MAPAS, PLANOS, FOTOGRAFÍAS DEFINIENDO EL SEGMENTO OBJETIVO, DIVIDIENDO LOS PAÍSES EN GRUPOS HOMOGÉNEOS CON EL FIN DE QUE LAS ESTRATEGIAS DEFINIDAS SEAN VÁLIDAS EN DISTINTOS PAÍSES POR LAS SIMILITUDES ECONÓMICAS Y CULTURALES, GEOGRÁFICAS, CLIMAS, COSTUMBRES, RELIGIÓN, TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES PARA VENDER LOS PRODUCTOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA ORGANIZACIÓN.

SELECCIONAR LOS CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DEPENDIENDO SI SE TRATA DE SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE CONSUMO O SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE INVERSIÓN TENIENDO EN CUENTA NORMAS NACIONALES E INTERNACIONALES, DETERMINANDO EL POTENCIAL DE EXPORTACIÓN, LAS DIMENSIONES Y CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA Y LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES, SON DETERMINADOS PARA SEGMENTAR EL MERCADO Y EL POTENCIAL DE COMPRADORES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE ACUERDO CON LA MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROYECTAR LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS SEGÚN EL PROCESO O UNIDADES DE NEGOCIO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR LA RELACIÓN ENTRE LAS POLÍTICAS DE PRODUCCIÓN Y LAS PROYECCIONES DE LA OFERTA Y LA DEMANDA DEL MERCADO POTENCIAL, REAL, LOS INVENTARIOS, TIPOS DE STOCK, CICLOS DE PEDIDOS Y LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE LA

ELABORAR LOS DIFERENTES TIPOS DE PRESUPUESTO EN FORMA MANUAL Y SISTEMATIZADA DE ACUERDO CON LA DEFINICIÓN DEL PLAN DE NECESIDADES DE LAS ÁREAS O UNIDADES DE NEGOCIO Y LAS PROYECCIONES DE INGRESOS Y EGRESOS EN LOS PERIODOS ESTABLECIDOS DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS, MONEDAS Y TASAS SOLICITADAS POR LA ORGANIZACIÓN.

INTERPRETAR LOS DIFERENTES TIPOS DE PROYECCIONES EN LA DETERMINACIÓN DE LOS PRONÓSTICOS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE SIMULADORES PARA DETERMINAR LA OFERTA Y LA DEMANDA DEL MERCADO DE BIENES Y SERVICIOS SEGÚN LOS OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.

PLANEAR LOS PRESUPUESTOS A PARTIR DE LA VALORACIÓN DE NECESIDADES REQUERIDAS POR LAS DIFERENTES UNIDADES, ÁREAS O PROCESOS DEL NEGOCIO. CON BASE EN LOS ACUERDOS Y NEGOCIACIONES PACTADAS CON LOS CLIENTES, LAS TÉCNICAS CONTABLES Y LAS NORMAS LEGALES VIGENTES.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 34,90

FICHA DE APRENDIZAJE: 2110671 - SERVICIO AL CLIENTE MEDIANTE LA COMUNICACION TELEFONICA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- ATENDER TELEFÓNICAMENTE, APLICANDO ACTITUDES Y VALORES DE ACUERDO AL PROTOCOLO EMPRESARIAL.

- DOCUMENTAR LA ATENCIÓN A LOS CLIENTES DE ACUERDO A LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS PARA LA TRAZABILIDAD.

- PROPORCIONAR INFORMACIÓN AL CLIENTE DE MANERA EFECTIVA, CLARA Y FLUIDA, EN EL TIEMPO ADECUADO.

- REDACTAR MENSAJES ELECTRÓNICOS RELACIONADOS CON LOS CLIENTES, CON CLARIDAD Y NORMAS DE CORTESÍA.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 32,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2110673 - SERVICIO AL CLIENTE MEDIANTE LA COMUNICACION TELEFONICA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- ATENDER TELEFÓNICAMENTE, APLICANDO ACTITUDES Y VALORES DE ACUERDO AL PROTOCOLO EMPRESARIAL.

- DOCUMENTAR LA ATENCIÓN A LOS CLIENTES DE ACUERDO A LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS PARA LA TRAZABILIDAD.

- PROPORCIONAR INFORMACIÓN AL CLIENTE DE MANERA EFECTIVA, CLARA Y FLUIDA, EN EL TIEMPO ADECUADO.

- REDACTAR MENSAJES ELECTRÓNICOS RELACIONADOS CON LOS CLIENTES, CON CLARIDAD Y NORMAS DE CORTESÍA.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 32,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2104671 - 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.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE 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.
• 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.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE 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.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROMOVER LA INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS 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

REALIZAR LA SEGMENTACIÓN A PARTIR DE CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS, DEMOGRÁFICAS, CULTURALES, GEOGRÁFICAS, PSICOLÓGICOS Y SOCIOECONÓMICAS DE CADA ESTRATO SOCIAL COMBINANDO LAS VARIABLES PARA PRODUCIR EL NIVEL DE ACEPTACIÓN DE UN PRODUCTO O SERVICIO, IDENTIFICANDO EL SEGMENTO DE MERCADO CON BASE EN CARACTERÍSTICAS, INTERESES, PREFERENCIAS Y OPINIONES DE LA POBLACIÓN A LA QUE SE DESEA LLEGAR CON EL PRODUCTO O SERVICIO A MERCADEAR BASADO EN LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

RECOPILAR LA INFORMACIÓN SOBRE COMPORTAMIENTO, RELACIONES DE CAUSALIDAD, TAMAÑO DE MUESTRA SON RECOPILADAS PARA BASE DE DATOS DE POBLACIÓN POR EDADES, MAPAS, PLANOS, FOTOGRAFÍAS DEFINIENDO EL SEGMENTO OBJETIVO, DIVIDIENDO LOS PAÍSES EN GRUPOS HOMOGÉNEOS CON EL FIN DE QUE LAS ESTRATEGIAS DEFINIDAS SEAN VÁLIDAS EN DISTINTOS PAÍSES POR LAS SIMILITUDES ECONÓMICAS Y CULTURALES, GEOGRÁFICAS, CLIMAS, COSTUMBRES, RELIGIÓN, TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES PARA VENDER LOS PRODUCTOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA ORGANIZACIÓN.

SELECCIONAR LOS CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DEPENDIENDO SI SE TRATA DE SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE CONSUMO O SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE INVERSIÓN TENIENDO EN CUENTA NORMAS NACIONALES E INTERNACIONALES, DETERMINANDO EL POTENCIAL DE EXPORTACIÓN, LAS DIMENSIONES Y CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA Y LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES, SON DETERMINADOS PARA SEGMENTAR EL MERCADO Y EL POTENCIAL DE COMPRADORES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE ACUERDO CON LA MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 39,70

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 210,30

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s: 0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

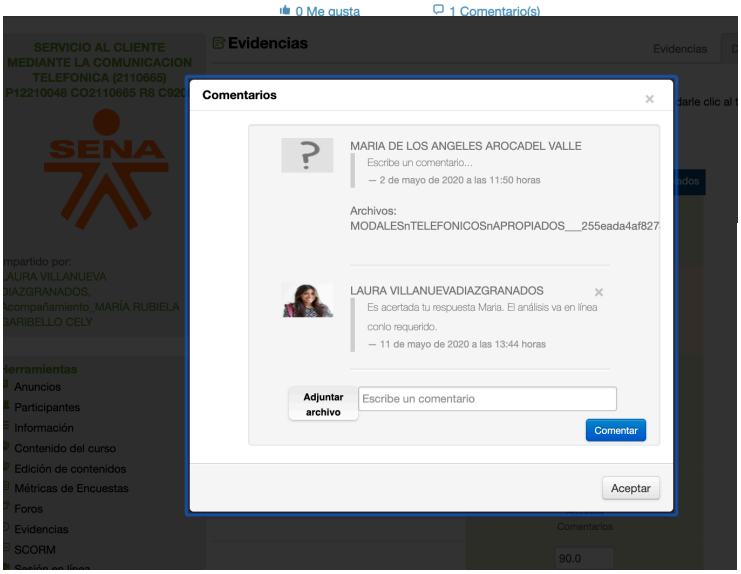
FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS

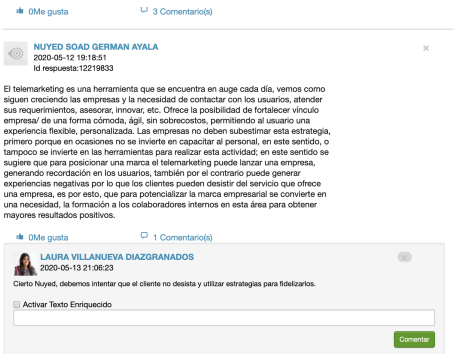
TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:	0,00

INSTRUCTOR: LAURA VILLANUEVA DIAZGRANADOS

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO INDUSTRIAL Y DE AVIACION


Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Evidencias
SCORM
Sesión en línea
Evaluaciones
Wikis
Asistencia
Galería
Chat
Competencias
Portafolio de Evidencias
Gamificación
Enlaces
Centro de Calificaciones
Grupo
Proyectos
Rúbricas
Blogs
Seguimiento
Configuración
Colaboradores
Acompañamiento_MARÍA RUBIELA GARIBELLO CELY
Instructor
LAURA VILLANUEVA DIAZGRANADOS
Instructor
Habilitar Antiplagio
Hipervínculo
Adjuntar archivos
MÁX. 200Mb
Comparte...
Búsqueda avanzada
LAURA VILLANUEVA DIAZGRANADOS
fecha de inicio: 13 de Mayo del 2020 - fecha de vigencia: 13 de Mayo del 2021
Asunto: Sesión en Línea 3
SERVICIO AL CLIENTE
MEDIANTE LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA
SENA
Estimados aprendices,
El día 13 de mayo a las 2PM realizaremos la TERCERA sesión en línea del curso para revisar la ACTIVIDAD 3. La sesión será a través del aplicativo ZOOM. Pueden ingresar haciendo click aquí. La contraseña para ingresar es: 3XsZj6
Las sesiones en línea quedan grabadas y pueden encontrarlas en la carpeta GRABACIONES SESIONES EN LÍNEA dentro de Contenido del Curso.
Cualquier duda pueden comunicarse a través del Foro de Dudas e Inquietudes.
0 Me gusta
1 Comentario(s)


SERVICIO AL CLIENTE
MEDIANTE LA COMUNICACION
TELEFONICA (2110665)
Evidencias
Comentarios
MARIA DE LOS ANGELES AROCADEL VALLE
Escribe un comentario...
— 2 de mayo de 2020 a las 11:50 horas
Archivos:
MODALESnTELEFONICOSnAPROPIADOS___255eada4af827
LAURA VILLANUEVADIAZGRANADOS
Es acertada tu respuesta Maria. El análisis va en línea con lo requerido.
— 11 de mayo de 2020 a las 13:44 horas
Adjuntar archivo
Escribe un comentario
Comentar
Aceptar
Herramientas
Anuncios
Participantes
Información
Contenido del curso
Edición de contenidos
Métricas de Encuestas
Foros
Evidencias
SCORM


0Me gusta
3 Comentario(s)
NUYED SOAD GERMAN AYALA
2020-05-12 19:18:51
Id respuesta:12219833
El telemarketing es una herramienta que se encuentra en auge cada día, vemos como siguen creciendo las empresas y la necesidad de contactar con los usuarios, atender sus requerimientos, asesorar, innovar, etc. Ofrece la posibilidad de fortalecer vínculo empresa/ de una forma cómoda, ágil, sin sobrecostos, permitiendo al usuario una experiencia flexible, personalizada. Las empresas no deben subestimar esta estrategia, primero porque en ocasiones no se invierte en capacitar al personal, en este sentido, o tampoco se invierte en las herramientas para realizar esta actividad; en este sentido se sugiere que para posicionar una marca el telemarketing puede lanzar una empresa, generando recordación en los usuarios, también por el contrario puede generar experiencias negativas por lo que los clientes pueden desistir del servicio que ofrece una empresa, es por esto, que para potencializar la marca empresarial se convierte en una necesidad, la formación a los colaboradores internos en esta área para obtener mayores resultados positivos.
0Me gusta
1 Comentario(s)
LAURA VILLANUEVA DIAZGRANADOS
2020-05-13 21:08:23
Cierto Nuyed, debemos intentar que el cliente no desista y utilizar estrategias para fidelizarlos.
Activar Texto Enriquecido
Comentar