CRONOGRAMA GENERAL DE ACTIVIDADES
PROGRAMA DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA
VITRINISMO: UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACION Y MERCADEO
CENTRO DE INDUSTRIA Y CONSTUCCION
REGIONAL TOLIMA – IBAGUE

FECHA DE ALISTAMIENTO: 14/10/2024
FECHA DE INICIO DE LA FORMACION: 15/10/2024
FECHA LIMITE DE ENTREGA DE EVIDENCIAS:07/11/2024
FECHA DE CIERRE DE LA FORMACION: 08/11/2024

GUÍA DE APRENDIZAJE	RESULTADO DE APRENDIZAJE A ALCANZAR	SESIONES EN LÍNEA	TIPO DE EVIDENCIA	TIEMPOS DE ENTREGA	
				INICIA	TERMINA
Actividades iniciales	N/A	**N/A**	Actualización de los datos personales. Respuestas al Sondeo de conocimientos previos. Presentación ante el instructor y los compañeros en el Foro social.	**14/10/2024**	**20/10/2024**
Actividad de aprendizaje 1 Reconocer la historia para la aplicación de las estrategias	**260101006-01:** Identificar y asumir una posición crítica y objetiva basada en un	**17/10/2024** a las 0**5:30 PM**	**Evidencia:** Actividad interactiva. Reconocer la importancia de la evolución del vitrinismo.	**15/10/2024**	**20/10/2024**

de comunicación y mercadeo, de acuerdo con el contexto real.	contexto histórico para la aplicación de estrategias de comunicación y mercadeo.		**Evidencia:** Línea de tiempo. Identificar aspectos relevantes de la historia y evolución del escaparatismo.		
Actividad de aprendizaje 2 Identificar estrategias de venta, según características del cliente y objetivos de la organización.	**260101006-02:** Reconocer y definir especificaciones de las estrategias de venta de un producto o marca.	**23/10/2024** a las **05:30 PM**	**Evidencia:** Evaluación. Reconocer una estrategia de venta. **Evidencia:** Taller aplicado. Plantear un protocolo de venta de productos.	**21/10/2024**	**27/10/2024**
Actividad de aprendizaje 3 Determinar los conceptos de comunicación y estrategias visuales, con base en las necesidades del consumidor.	**260101006-03:** Determinar conceptos de comunicación y medios visuales de acuerdo a las necesidades del consumidor..	**29/10/2024** a las **05:30 PM**	**Evidencia:** Mapa conceptual. Identificar conceptos de comunicación y medios visuales. **Evidencia:** Foro. Relacionar estrategias de comunicación con las necesidades del consumidor.	**28/10/2024**	**03/11/2024**
Actividad de aprendizaje 4 Estructurar las estrategias de exhibición, conforme con aspectos técnicos y necesidades de la organización.	**260101006-04:** Analizar e identificar exhibiciones de producto de acuerdo a un concepto de comunicación.	**05/11/2024** a las **05:30 PM**	**Evidencia:** Actividad interactiva. Determinar procesos de exhibición efectivos. **Evidencia:** Infografía. Esquematizar los elementos de	**04/11/2024**	**07/11/2024**

			exhibición de un producto.		
FECHA LÍMITE ENVÍO DE EVIDENCIAS - 07/11/2024					
FECHA DE CIERRE - 08/11/2024					
CRITERIO DE EVALUACIÓN: A= Aprobado **D=** No Aprobado					
***** Horario sujeto a variación, siempre que se dé un cambio a la programación el instructor comunicará oportunamente a través de anuncios y/o correos electrónicos.					