PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

BOGOTÁ OCTUBRE 2024

Señor (a)
HERNAN DANILO JIMENEZ LOPEZ
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. **CO1.PCCNTR.5783117**
Cargo del supervisor COORDINADOR ACADÉMICO
Dependencia CENTRO DE MANUFACTURA DE TEXTIL Y CUERO - CMTC
Ciudad BOGOTÁ

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes OCTUBRE del año 2024

Referencia: No CO1.PCCNTR.5783117 del año 2024

LEONARDO ANDRES MONTAÑA OLMOS, identificado con la cédula de ciudadanía No. 80834177 de Bogotá, en mi calidad de Contratista del SENA, en CENTRO DE MANUFACTURA TEXTIL Y CUERO (CMTC), 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: Se fija como valor total para el contrato la suma de CUARENTA Y OCHO MILLONES QUINIENTOS VEINTICINCO MIL QUINIENTOS NOVENTA PESOS M/CTE ($48.525.590,00). Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a) Un primer pago correspondiente al mes de ENERO de 2024 por valor de UN MILLÓN TRESCIENTOS TREINTA Y NUEVE MIL SEISCIENTOS SESENTA Y CUATRO PESOS M/CTE ($1.339.664,00). b) DIEZ (10) pagos iguales por los meses de FEBRERO a NOVIEMBRE de 2024, por valor de CUATRO MILLONES CUATROCIENTOS SESENTA Y CINCO MIL QUINIENTOS CUARENTA Y CINCO PESOS M/CTE ($4.465.545,00) cada uno. c) Un último pago

correspondiente al mes de DICIEMBRE de 2024 por valor de DOS MILLONES QUINIENTOS TREINTA MIL CUATROCIENTOS SETENTA Y SEIS PESOS M/CTE ($2.530.476,00)

Plazo: Será hasta el 17 de diciembre de 2024.

OBJETO: (Trascriba el objeto del contrato, dentro del siguiente cuadro)
Prestar los servicios personales de manera autónoma, independiente y temporal, para formar en las competencias de los programas de titulada y/o complementaria en los diferentes niveles y especialidades ofertadas por el Centro de Manufactura en Textil y Cuero, de forma presencial y/o virtual y en el desarrollo de otras actividades que se deriven de la formación, garantizando el cumplimiento del proceso formativo de los aprendices. -Titulación: GESTIÓN DE MERCADOS.

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

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	El contratista deberá cumplir con las horas establecidas en la programación mensual asignada por la Coordinación Académica o quien haga sus veces.	Orientación de clase fichas: Gestión de mercados, Asesoría comercial, marketing digital para el sector moda	Planilla Asistencia
2	Realizar y presentar dentro de las fechas establecidas para el trámite de pagos (5 primeros días de cada mes), los informes de las actividades realizadas, así como los comprobantes de	Pago de obligaciones frente al sistema de Seguridad Social (Salud – Pensión – ARL) del mes de febrero	Plantilla del mes directamente anterior, paga

	pago de los aportes al Sistema de Seguridad Social Integral (Salud, Pensión y ARL) a que haya lugar, verificando mensualmente su afiliación, en proporción al valor mensual del contrato, asimismo, cargar los documentos solicitados para trámite de pago al expediente contractual de la plataforma SECOP II.		
3	Salvaguardar los bienes e inventarios que son utilizados para la ejecución del contrato y reintegrar los materiales y equipos al finalizar el mismo, presentando el paz y salvo correspondiente para el último pago.	No Aplica	No Aplica
4	Preparar, orientar, desarrollar, apoyar y evaluar procesos de formación en cualquiera de las estrategias de respuesta institucional para los diferentes grupos poblacionales objeto de Formación Profesional Integral.	Orientación, desarrollo y evaluación de aprendizaje de los aprendices de las fichas: Desarrollo de productos de aprendizaje para la formación	Planilla Asistencia Acta de trabajo
5	Registrar oportunamente los juicios de evaluación de cada uno de los aprendices de los grupos asignados por la coordinación académica en los aplicativos dispuestos por la entidad, así como la creación rutas de aprendizaje, asociación de aprendices a las mismas y reporte oportuno de novedad a la coordinación académica (retiro voluntario, deserción, aplazamiento)	1. Consolidar los juicios de valor y reportes para verificación del Líder del programa de formación. 2. Realizar el seguimiento	Sofia Plus

		diario al proceso de formación de los aprendices de acuerdo al número de matriculados. 3. Generar los reportes de inasistencias de los aprendices para ser entregados al líder del grupo y coordinación académica. 4. Diligenciar formatos de llamados de atención y planes de mejoramiento a los aprendices.	
6	Apoyar las actividades relacionadas con el diseño y desarrollo curricular de los programas de formación asociados con la línea medular que imparte el centro de Manufactura en Textil y Cuero, de acuerdo con la necesidad y las tendencias del sector.	No Aplica	No Aplica
7	Desarrollar actividades de apoyo en la planeación de los procesos del programa de formación asignado,	No Aplica	No Aplica

	según la modalidad en la que se oriente el programa, de acuerdo con las necesidades del servicio, las cuales contemplan las jornadas académicas y sedes adscritas que maneje el centro de Manufactura en Textil y Cuero, en las redes de conocimiento y áreas temáticas a las que pertenece.		
8	Usar oportuna y adecuadamente la plataforma (LMS) que la entidad defina para la Gestión de la Formación Profesional Integral	No Aplica	No Aplica
9	Participar en la programación y ejecución del proceso de inducción de los aprendices de formación titulada y el reconocimiento de aprendizajes previos.	Divulgación de programas técnicos y tecnológicos titulados, así como cursos complementarios	No Aplica
10	Apoyar la gestión de la divulgación, promoción, ingreso, inscripción y matricula de los aspirantes nuevos, de acuerdo con los lineamientos vigentes de la entidad, dentro y fuera de las instalaciones del Complejo Sur y participar en Proyectos de Cooperación Nacional e Internacional que tengan relación con las	No Aplica	No Aplica

	actividades del Centro de Formación.		
11	Acompañar activamente a los aprendices en las actividades programadas en el plan de bienestar al aprendiz.	No Aplica	No Aplica
12	Entregar los soportes del procedimiento de Ingreso de aprendices al programa de formación complementaria según los lineamientos vigentes para la entidad, según necesidades del servicio, así como los documentos requeridos para la certificación de los mismos.	No Aplica	No Aplica
13	Para Instructores que orienten la competencia de promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social, y reconocer el contexto social y productivo en el cual está inmerso el programa de formación, deben participar en el grupo de Bienestar de Aprendices para adelantar proyectos y programas tendientes al desarrollo de las capacidades físicas, psicoafectivas, éticas, morales, sociales y los valores que requieren los aprendices	No Aplica	No Aplica

	para avanzar en su proceso formativo.		
14	Realizar la implementación, seguimiento y evaluación de las estrategias metodológicas y pedagógicas que garanticen la retención los aprendices durante su proceso formativo, en formación titulada y complementaria.	No Aplica	No Aplica
15	Apoyar la elaboración de las evaluaciones técnicas dentro de los procesos de contratación pública relacionados con elementos propios de la Formación Profesional del Centro de Manufactura en Textil y Cuero, haciendo parte activa del comité evaluador cuando se requiera.	No Aplica	No Aplica
16	Brindar apoyo técnico a la supervisión de contratos que impliquen servicios o entrega de elementos propios de la Formación Profesional cuando se requiera.	No Aplica	No Aplica
17	Participar activamente en el logro de los indicadores de gestión establecidos para el Centro de Formación.		
18	Garantizar el uso adecuado de los ambientes de formación, así como el aseo y cuidado de los equipos y elementos que hacen parte de estos.	No Aplica	No Aplica
19	Realizar la transferencia de conocimientos de cursos, seminarios, capacitaciones técnicas y/o pedagógicas nacionales e internacionales a instructores y aprendices cuando participen y se requiera.	No Aplica	No Aplica
20	Aplicar y hacer cumplir el reglamento del aprendiz, así como el manual de convivencia del Centro de Formación,	No Aplica	No Aplica

	garantizando el debido proceso y la participación en los comités de seguimiento y evaluación		
21	Participar en los proyectos del Sistema de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación – SENNOVA, en los proyectos de investigación, innovación y desarrollo aprobados al Centro para la vigencia 2024 y según las líneas programáticas de SENNOVA y en lo semilleros, realizando producción académica, informes técnicos de avance y de resultados de los proyectos donde se encuentren vinculados.	No Aplica	No Aplica
22	Atender oportunamente los requerimientos que haga el supervisor del contrato y presentar informes mensuales de la ejecución del contrato.	No Aplica	No Aplica
23	Participar en las actividades derivadas de los procesos de autoevaluación y registro	Realizado	No Aplica

	calificado de los programas de formación que lo requieran en los tiempos establecidos por el centro de formación, la Dirección General y el Ministerio de Educación Nacional.		
24	Los instructores de Formación Titulada Virtual y Complementaria Virtual apoyaran la ejecución de la formación que se le asigne para el acompañamiento de aprendices en Ambientes Virtuales de Aprendizaje SENA, según lo descrito en la Guía Orientaciones para la Formación Ambientes Virtuales de Aprendizaje SENA, entregado por la Dirección de Formación Profesional.	No Aplica	No Aplica
25	Participar activamente en las transferencias y actividades impartidas por el Centro de Formación, la Dirección Regional y la Dirección General en relación con el código de integridad y el modelo integrado de planeación y gestión (MIPG), sistema integrado de gestión y auto control (SIGA), Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) y Sistema ambiental y de eficiencia energético y liderar las acciones respectivas para el cumplimiento de los lineamientos, generando las correspondientes evidencias de participación en las mismas.	No Aplica	No Aplica
26.	26. Dar cumplimiento a los protocolos de Bioseguridad establecidos en las normas y los lineamientos del Gobierno Nacional, los Ministerios de Trabajo y de Salud y Protección	No Aplica	No Aplica

	Social, el Departamento Administrativo de la Función Pública, la Organización Mundial de la Salud (OMS), el Protocolo Nacional del SENA, y las disposiciones de las autoridades Departamentales y Municipales de la jurisdicción.		
27.	Aplicar los procesos y procedimientos establecidos por la entidad para la Gestión Documental relacionada con el objeto del contrato.	No Aplica	No Aplica
28.	Las demás que sean necesarias para el cumplimiento del objeto del contrato.	No Aplica	No Aplica

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. 1067182187 de la planilla, SANITAS / PAGOSIMPLE SEPTIEMBRE. (Decreto Ley 2106 de 2019 – “Decreto Ley Antitrámites”)

Evidencias en (xx) folios

Cordialmente,



Firma

LEONARDO ANDRES MONTAÑA OLMOS

Contratista

C.C. No. 80834177

Recibí a satisfacción:

Firma

HERNAN DANILO JIMENEZ LOPEZ

Supervisor(a) Contrato CO1.PCCNTR.5783117 de 2024

Coordinador académico - CMTC

REGISTRO DE ENTRADA Y SALIDA INSTRUCTORES
Código: F08-6060-088 / 02-11 Versión: 3

NOMBRE DE LA EMPRESA			NIT	NOMBRE DEL INSTRUCTOR		C.C. INSTRUCTOR	AÑO	MES
SENA			899.999.034-1	LEONARDO ANDRES MONTAÑA OLMOS		80834177	2024	OCTUBRE
DÍA	No DE FICHA	HORA ENTRADA	HORA DE SALIDA	No. DE HORAS	ACTIVIDAD	OBSERVACIONES	FIRMA DEL COORDINADOR EN LA EMPRESA	FIRMA DEL SUPERVISOR CONTRATO
1	**3089897**	6:00 a. m.	12:00 p. m.	6	**CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES**	SESION:CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES		
1	**3091099**	12:00 p. m.	6:00 p. m.	6	**CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES**	SESION:CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES		
1	**2824269**	6:00 p. m.	10:00 p. m.	4	**BRANDING Y COMUNICACIÓN DE MARCA**	SESION:BRANDING Y COMUNICACIÓN DE MARCA		
2	**3091099**	12:00 p. m.	6:00 p. m.	6	**CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES**	SESION:CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES		
3	**3089898**	6:00 a. m.	12:00 p. m.	6	**CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES**	SESION:CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES		
3	**3091099**	12:00 p. m.	6:00 p. m.	6	**CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES**	SESION:CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES		
3	**2926385**	6:00 p. m.	10:00 p. m.	4	**Fundamentos del marketing experiencial**	SESION:Fundamentos del marketing experiencial		
4	**3089902**	8:00 a. m.	10:00 a. m.	3	**CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES**	SESION:CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES		
4	**3069975**	1:00 p. m.	6:00 p. m.	5	**FUNDAMENTOS DE MARKETING DIGITAL**	SESION:FUNDAMENTOS DE MARKETING DIGITAL		
4	**3091897**	6:00 p. m.	10:00 p. m.	4	**CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES**	SESION:CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES		
5	**3089902**	10:00 a. m.	2:00 p. m.	3	**CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES**	SESION:CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES		
5	**3069975**	12:00 p. m.	6:00 p. m.	6	**BRANDING DE MARCA**	SESION:BRANDING DE MARCA		
7	**3091897**	6:00 p. m.	10:00 p. m.	4	**CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES**	SESION:CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES		
8	**3089897**	6:00 a. m.	12:00 p. m.	6	**CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES**	SESION:CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES		
8	**2824269**	6:00 p. m.	10:00 p. m.	4	**BRANDING Y COMUNICACIÓN DE MARCA**	SESION:BRANDING Y COMUNICACIÓN DE MARCA		
10	**3089898**	6:00 a. m.	12:00 p. m.	6	**CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES**	SESION:CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES		
10	**2926385**	6:00 p. m.	10:00 p. m.	4	**Fundamentos del marketing experiencial**	SESION:Fundamentos del marketing experiencial		
11	**3089902**	8:00 a. m.	11:00 a. m.	3	**CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES**	SESION:CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES		
11	**3069975**	1:00 p. m.	6:00 p. m.	5	**FUNDAMENTOS DE MARKETING DIGITAL**	SESION:FUNDAMENTOS DE MARKETING DIGITAL		
11	**3091897**	6:00 p. m.	10:00 p. m.	4	**CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES**	SESION:CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES		
12	**3089902**	10:00 a. m.	2:00 p. m.	3	**CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES**	SESION:CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES		
12	**3069975**	12:00 p. m.	6:00 p. m.	6	**BRANDING DE MARCA**	SESION:BRANDING DE MARCA		
15	**3089897**	6:00 a. m.	12:00 p. m.	6	**CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES**	SESION:CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES		
15	**2824269**	6:00 p. m.	10:00 p. m.	4	**BRANDING Y COMUNICACIÓN DE MARCA**	SESION:BRANDING Y COMUNICACIÓN DE MARCA		
17	**3089898**	6:00 a. m.	12:00 p. m.	6	**CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES**	SESION:CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES		
17	**2926385**	6:00 p. m.	10:00 p. m.	4	**Fundamentos del marketing experiencial**	SESION:Fundamentos del marketing experiencial		
18	**3089902**	8:00 a. m.	11:00 a. m.	3	**CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES**	SESION:CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES		
18	**3069975**	1:00 p. m.	6:00 p. m.	5	**FUNDAMENTOS DE MARKETING DIGITAL**	SESION:FUNDAMENTOS DE MARKETING DIGITAL		
18	**3091897**	6:00 p. m.	10:00 p. m.	4	**CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES**	SESION:CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES		
19	**3089902**	10:00 a. m.	2:00 p. m.	3	**CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES**	SESION:CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES		
19	**3069975**	12:00 p. m.	6:00 p. m.	6	**BRANDING DE MARCA**	SESION:BRANDING DE MARCA		
21	**3091897**	6:00 p. m.	10:00 p. m.	4	**CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES**	SESION:CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES		
22	**3089897**	6:00 a. m.	12:00 p. m.	6	**CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES**	SESION:CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES		
22	**2824269**	6:00 p. m.	10:00 p. m.	4	**BRANDING Y COMUNICACIÓN DE MARCA**	SESION:BRANDING Y COMUNICACIÓN DE MARCA		
24	**3089898**	6:00 a. m.	12:00 p. m.	6	**CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES**	SESION:CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES		
24	**2926385**	6:00 p. m.	10:00 p. m.	4	**Fundamentos del marketing experiencial**	SESION:Fundamentos del marketing experiencial		
25	**3089902**	8:00 a. m.	11:00 a. m.	3	**CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES**	SESION:CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES		
25	**3069975**	1:00 p. m.	6:00 p. m.	5	**FUNDAMENTOS DE MARKETING DIGITAL**	SESION:FUNDAMENTOS DE MARKETING DIGITAL		
25	**3091897**	6:00 p. m.	10:00 p. m.	4	**CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES**	SESION:CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES		
26	**3089902**	10:00 a. m.	2:00 p. m.	3	**CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES**	SESION:CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES		
26	**3069975**	12:00 p. m.	6:00 p. m.	6	**BRANDING DE MARCA**	SESION:BRANDING DE MARCA		
28	**3091897**	6:00 p. m.	10:00 p. m.	4	**CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES**	SESION:CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES		
29	**3089897**	6:00 a. m.	12:00 p. m.	6	**CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES**	SESION:CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES		
29	**2824269**	6:00 p. m.	10:00 p. m.	4	**BRANDING Y COMUNICACIÓN DE MARCA**	SESION:BRANDING Y COMUNICACIÓN DE MARCA		
31	**3089898**	6:00 a. m.	12:00 p. m.	6	**CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES**	SESION:CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES		
31	**2926385**	6:00 p. m.	10:00 p. m.	4	**Fundamentos del marketing experiencial**	SESION:Fundamentos del marketing experiencial		
				214		SESION:		
NOMBRE DEL COORDINADOR ACADÉMICO						**NOMBRE DEL COORDINADOR EN LA EMPRESA**		
FIRMA DEL COORDINADOR ACADÉMICO						**NOMBRE DEL SUPERVISOR DE CONTRATO**		

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: LEONARDO ANDRES MONTAÑA OLMOS

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE MANUFACTURA EN TEXTILES Y CUERO

FECHA INICIAL: 01/10/2024 00:00:00

FECHA FINAL: 31/10/2024 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 3089898 - CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 IDENTIFICAR LOS PROCESOS DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LA MARCA

RA2 CLASIFICAR PROSPECTOS Y MICRO SEGMENTACIONES SEGÚN EL MERCADO OBJETIVO

RA3 PROGRAMAR LAS AUDIENCIAS SEGÚN EL PLAN DE MARKETING DIGITAL

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 29,90

FICHA DE APRENDIZAJE: 3065352 - DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO

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

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1. ESTRUCTURAR EL BRIEF DE COMUNICACIÓN SEGÚN ESPECIFICACIONES DE LA ORGANIZACIÓN Y COMPORTAMIENTO DEL SEGMENTO. 96H

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Evaluar estrategias de mercadeo de acuerdo con objetivos comerciales
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Formular el plan según objetivos y metodologías

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Orientar investigación formativa según referentes técnicos
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Resultado de Aprendizaje de la Inducción.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

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

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 1,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 3091099 - CREACION DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.

RA1:
RECONOCER EL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE LA MARCA (48 HORAS / 1 CRÉDITO).

RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.

RA2: IMPLEMENTAR LAS HERRAMIENTAS DEL ENTORNO DIGITAL SEGÚN EL PÚBLICO OBJETIVO Y LAS CONDICIONES DE LA EMPRESA (48 HORAS / 1 CRÉDITO).

RA3: EJECUTAR LAS PROPUESTAS DE MERCADEO, DE ACUERDO CON EL PLAN DE MARKETING DIGITAL DEFINIDO POR LA ORGANIZACIÓN (96 HORAS / 2 CRÉDITO).

RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.

RA4: MONITOREAR EL PLAN DE MERCADEO, A PARTIR DE LA EXPERIENCIA OBTENIDA EN LAS REDES SOCIALES Y COMUNIDADES VIRTUALES (96 HORAS / 2 CRÉDITO).

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 17,90

FICHA DE APRENDIZAJE: 3089902 - CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 IDENTIFICAR LOS PROCESOS DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LA MARCA

RA2 CLASIFICAR PROSPECTOS Y MICRO SEGMENTACIONES SEGÚN EL MERCADO OBJETIVO

RA3 PROGRAMAR LAS AUDIENCIAS SEGÚN EL PLAN DE MARKETING DIGITAL

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 23,90

FICHA DE APRENDIZAJE: 2926385 - DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1. ESTRUCTURAR EL BRIEF DE COMUNICACIÓN SEGÚN ESPECIFICACIONES DE LA ORGANIZACIÓN Y COMPORTAMIENTO DEL SEGMENTO. 96H

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Evaluar estrategias de mercadeo de acuerdo con objetivos comerciales
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Formular el plan según objetivos y metodologías
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Orientar investigación formativa según referentes técnicos
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	19,90

FICHA DE APRENDIZAJE:	3089897 - CARACTERIZACION DE AUDIENCIA PARA CAMPAÑAS DIGITALES
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 IDENTIFICAR LOS PROCESOS DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LA MARCA

RA2 CLASIFICAR PROSPECTOS Y MICRO SEGMENTACIONES SEGÚN EL MERCADO OBJETIVO

RA3 PROGRAMAR LAS AUDIENCIAS SEGÚN EL PLAN DE MARKETING DIGITAL

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	29,90

FICHA DE APRENDIZAJE: 2824269 - GESTIÓN DE MERCADOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.
• 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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

• 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 INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	19,90

FICHA DE APRENDIZAJE: 3069975 - MARKETING DIGITAL PARA EL SISTEMA MODA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DEFINIR ALTERNATIVAS DE DISEÑO, SEGÚN NECESIDADES DEL CLIENTE Y CONDICIONES DE LA EMPRESA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.

RA1:
RECONOCER EL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE LA MARCA (48 HORAS / 1 CRÉDITO).

RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.

RA2: IMPLEMENTAR LAS HERRAMIENTAS DEL ENTORNO DIGITAL SEGÚN EL PÚBLICO OBJETIVO Y LAS CONDICIONES DE LA EMPRESA (48 HORAS / 1 CRÉDITO).

RA3: EJECUTAR LAS PROPUESTAS DE MERCADEO, DE ACUERDO CON EL PLAN DE MARKETING DIGITAL DEFINIDO POR LA ORGANIZACIÓN (96 HORAS / 2 CRÉDITO).

RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.

RA4: MONITOREAR EL PLAN DE MERCADEO, A PARTIR DE LA EXPERIENCIA OBTENIDA EN LAS REDES SOCIALES Y COMUNIDADES VIRTUALES (96 HORAS / 2 CRÉDITO).

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Resultado de Aprendizaje de la Inducción.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	43,90

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:	186,30

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: LEONARDO ANDRES MONTAÑA OLMOS

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE MANUFACTURA EN TEXTILES Y CUERO