TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: GUSTAVO LUQUE FERREIRA

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

FECHA INICIAL: 01/11/2024 00:00:00

FECHA FINAL: 30/11/2024 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2996202 - 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
• 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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA3. SELECCIONAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN. 144H

• 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.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	15,90

FICHA DE APRENDIZAJE: 2826150 - COMUNICACIÓN COMERCIAL

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

COMPRENDER FRASES Y VOCABULARIO HABITUAL SOBRE TEMAS DE INTERÉS PERSONAL Y TEMAS TÉCNICOS

COMPRENDER LA IDEA PRINCIPAL EN AVISOS Y MENSAJES BREVES, CLAROS Y SENCILLOS EN INGLÉS TÉCNICO

COMUNICARSE EN TAREAS SENCILLAS Y HABITUALES QUE REQUIEREN UN INTERCAMBIO SIMPLE Y DIRECTO DE INFORMACIÓN COTIDIANA Y TÉCNICA

ENCONTRAR INFORMACIÓN ESPECÍFICA Y PREDECIBLE EN ESCRITOS SENCILLOS Y COTIDIANOS

ENCONTRAR VOCABULARIO Y EXPRESIONES DE INGLÉS TÉCNICO EN ANUNCIOS, FOLLETOS, PÁGINAS WEB, ETC

LEER TEXTOS MUY BREVES Y SENCILLOS EN INGLÉS GENERAL Y TÉCNICO

REALIZAR INTERCAMBIOS SOCIALES Y PRÁCTICOS MUY BREVES, CON UN VOCABULARIO SUFICIENTE PARA HACER UNA EXPOSICIÓN O MANTENER UNA CONVERSACIÓN SENCILLA SOBRE TEMAS TÉCNICOS

• 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 SEGÚN METAS ORGANIZACIONALES TENIENDO EN CUENTA LAS VARIABLES DE GESTIÓN Y ÁREAS DE RENDIMIENTO IDENTIFICANDO LAS DEBILIDADES Y FORTALEZAS DEL TALENTO HUMANO SEGÚN POLÍTICAS DE GESTIÓN Y NECESIDADES DE LAS ÁREAS Y PROCESOS

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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 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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS A LOS CLIENTES TENIENDO EN CUENTA CARACTERÍSTICAS, BENEFICIOS Y USOS DE UN PRODUCTO O SERVICIO ESPECÍFICO, SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA.

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

BUSCAR DE MANERA SISTEMÁTICA INFORMACIÓN ESPECÍFICA Y DETALLADA EN ESCRITOS EN INGLÉS, MAS ESTRUCTURADOS Y CON MAYOR CONTENIDO TÉCNICO

COMPRENDER LAS IDEAS PRINCIPALES DE TEXTOS COMPLEJOS EN INGLÉS QUE TRATAN DE TEMAS TANTO CONCRETOS COMO ABSTRACTOS, INCLUSO SI SON DE CARÁCTER TÉCNICO, SIEMPRE QUE ESTÉN DENTRO DE SU CAMPO DE ESPECIALIZACIÓN

COMPRENDER UNA AMPLIA VARIEDAD DE FRASES Y VOCABULARIO EN INGLÉS SOBRE TEMAS DE INTERÉS PERSONAL Y TEMAS TÉCNICOS

ENCONTRAR Y UTILIZAR SIN ESFUERZO VOCABULARIO Y EXPRESIONES DE INGLÉS TÉCNICO EN ARTÍCULOS DE REVISTAS, LIBROS ESPECIALIZADOS, PÁGINAS WEB, ETC

IDENTIFICAR FORMAS GRAMATICALES BÁSICAS EN TEXTOS Y DOCUMENTOS ELEMENTALES ESCRITOS EN INGLÉS

LEER TEXTOS COMPLEJOS Y CON UN VOCABULARIO MÁS ESPECÍFICO, EN INGLÉS GENERAL Y TÉCNICO

RELACIONARSE CON HABLANTES NATIVOS EN UN GRADO SUFICIENTE DE FLUIDEZ Y NATURALIDAD, DE MODO QUE LA COMUNICACIÓN SE REALICE SIN ESFUERZO POR PARTE DE LOS INTERLOCUTORES

REPRODUCIR EN INGLÉS FRASES O ENUNCIADOS SIMPLES QUE PERMITAN EXPRESAR DE FORMA LENTA IDEAS O CONCEPTOS

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONCERTAR ALTERNATIVAS Y ACCIONES DE FORMACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS DEL PROGRAMA FORMACIÓN, CON BASE EN LA POLÍTICA INSTITUCIONAL.

GENERAR PROCESOS AUTÓNOMOS Y DE TRABAJO COLABORATIVO PERMANENTES, FORTALECIENDO EL EQUILIBRIO DE LOS COMPONENTES RACIONALES Y EMOCIONALES ORIENTADOS HACIA EL DESARROLLO HUMANO INTEGRAL.

GESTIONAR LA INFORMACIÓN DE ACUERDO CON LOS PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS Y CON LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN DISPONIBLES.

INTERACTUAR EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES EN FUNCIÓN DE LOS PRINCIPIOS Y VALORES UNIVERSALES.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 33,70

FICHA DE APRENDIZAJE: 2996218 - 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
• 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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA3. SELECCIONAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN. 144H

• 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.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	50,70

FICHA DE APRENDIZAJE:	2970194 - OPERACIONES COMERCIALES EN RETAIL

• 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:	Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa
• 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:	Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales
• 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:	INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Procesar el recaudo de caja de acuerdo con normativa y manual técnico

• 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.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Surtir productos según plan y técnicas de merchandising

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA4. IMPULSAR PRODUCTOS EN EL PUNTO DE VENTA A PARTIR DEL PLAN PROMOCIONAL 3C/144H

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

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	11,90

FICHA DE APRENDIZAJE: 2826163 - COMUNICACIÓN COMERCIAL

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

COMPRENDER FRASES Y VOCABULARIO HABITUAL SOBRE TEMAS DE INTERÉS PERSONAL Y TEMAS TÉCNICOS

COMPRENDER LA IDEA PRINCIPAL EN AVISOS Y MENSAJES BREVES, CLAROS Y SENCILLOS EN INGLÉS TÉCNICO

COMUNICARSE EN TAREAS SENCILLAS Y HABITUALES QUE REQUIEREN UN INTERCAMBIO SIMPLE Y DIRECTO DE INFORMACIÓN COTIDIANA Y TÉCNICA

ENCONTRAR INFORMACIÓN ESPECÍFICA Y PREDECIBLE EN ESCRITOS SENCILLOS Y COTIDIANOS

ENCONTRAR VOCABULARIO Y EXPRESIONES DE INGLÉS TÉCNICO EN ANUNCIOS, FOLLETOS, PÁGINAS WEB, ETC

LEER TEXTOS MUY BREVES Y SENCILLOS EN INGLÉS GENERAL Y TÉCNICO

REALIZAR INTERCAMBIOS SOCIALES Y PRÁCTICOS MUY BREVES, CON UN VOCABULARIO SUFICIENTE PARA HACER UNA EXPOSICIÓN O MANTENER UNA CONVERSACIÓN SENCILLA SOBRE TEMAS TÉCNICOS

• 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 SEGÚN METAS ORGANIZACIONALES TENIENDO EN CUENTA LAS VARIABLES DE GESTIÓN Y ÁREAS DE RENDIMIENTO IDENTIFICANDO LAS DEBILIDADES Y FORTALEZAS DEL TALENTO HUMANO SEGÚN POLÍTICAS DE GESTIÓN Y NECESIDADES DE LAS ÁREAS Y PROCESOS

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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 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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS A LOS CLIENTES TENIENDO EN CUENTA CARACTERÍSTICAS, BENEFICIOS Y USOS DE UN PRODUCTO O SERVICIO ESPECÍFICO, SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA.

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

BUSCAR DE MANERA SISTEMÁTICA INFORMACIÓN ESPECÍFICA Y DETALLADA EN ESCRITOS EN INGLÉS, MAS ESTRUCTURADOS Y CON MAYOR CONTENIDO TÉCNICO

COMPRENDER LAS IDEAS PRINCIPALES DE TEXTOS COMPLEJOS EN INGLÉS QUE TRATAN DE TEMAS TANTO CONCRETOS COMO ABSTRACTOS, INCLUSO SI SON DE CARÁCTER TÉCNICO, SIEMPRE QUE ESTÉN DENTRO DE SU CAMPO DE ESPECIALIZACIÓN

COMPRENDER UNA AMPLIA VARIEDAD DE FRASES Y VOCABULARIO EN INGLÉS SOBRE TEMAS DE INTERÉS PERSONAL Y TEMAS TÉCNICOS

ENCONTRAR Y UTILIZAR SIN ESFUERZO VOCABULARIO Y EXPRESIONES DE INGLÉS TÉCNICO EN ARTÍCULOS DE REVISTAS, LIBROS ESPECIALIZADOS, PÁGINAS WEB, ETC

IDENTIFICAR FORMAS GRAMATICALES BÁSICAS EN TEXTOS Y DOCUMENTOS ELEMENTALES ESCRITOS EN INGLÉS

LEER TEXTOS COMPLEJOS Y CON UN VOCABULARIO MÁS ESPECÍFICO, EN INGLÉS GENERAL Y TÉCNICO

RELACIONARSE CON HABLANTES NATIVOS EN UN GRADO SUFICIENTE DE FLUIDEZ Y NATURALIDAD, DE MODO QUE LA COMUNICACIÓN SE REALICE SIN ESFUERZO POR PARTE DE LOS INTERLOCUTORES

REPRODUCIR EN INGLÉS FRASES O ENUNCIADOS SIMPLES QUE PERMITAN EXPRESAR DE FORMA LENTA IDEAS O CONCEPTOS

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONCERTAR ALTERNATIVAS Y ACCIONES DE FORMACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS DEL PROGRAMA FORMACIÓN, CON BASE EN LA POLÍTICA INSTITUCIONAL.

GENERAR PROCESOS AUTÓNOMOS Y DE TRABAJO COLABORATIVO PERMANENTES, FORTALECIENDO EL EQUILIBRIO DE LOS COMPONENTES RACIONALES Y EMOCIONALES ORIENTADOS HACIA EL DESARROLLO HUMANO INTEGRAL.

GESTIONAR LA INFORMACIÓN DE ACUERDO CON LOS PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS Y CON LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN DISPONIBLES.

INTERACTUAR EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES EN FUNCIÓN DE LOS PRINCIPIOS Y VALORES UNIVERSALES.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 50,70

FICHA DE APRENDIZAJE: 2826149 - COMUNICACIÓN COMERCIAL

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

COMPRENDER FRASES Y VOCABULARIO HABITUAL SOBRE TEMAS DE INTERÉS PERSONAL Y TEMAS TÉCNICOS

COMPRENDER LA IDEA PRINCIPAL EN AVISOS Y MENSAJES BREVES, CLAROS Y SENCILLOS EN INGLÉS TÉCNICO

COMUNICARSE EN TAREAS SENCILLAS Y HABITUALES QUE REQUIEREN UN INTERCAMBIO SIMPLE Y DIRECTO DE INFORMACIÓN COTIDIANA Y TÉCNICA

ENCONTRAR INFORMACIÓN ESPECÍFICA Y PREDECIBLE EN ESCRITOS SENCILLOS Y COTIDIANOS

ENCONTRAR VOCABULARIO Y EXPRESIONES DE INGLÉS TÉCNICO EN ANUNCIOS, FOLLETOS, PÁGINAS WEB, ETC

LEER TEXTOS MUY BREVES Y SENCILLOS EN INGLÉS GENERAL Y TÉCNICO

REALIZAR INTERCAMBIOS SOCIALES Y PRÁCTICOS MUY BREVES, CON UN VOCABULARIO SUFICIENTE PARA HACER UNA EXPOSICIÓN O MANTENER UNA CONVERSACIÓN SENCILLA SOBRE TEMAS TÉCNICOS

• 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 SEGÚN METAS ORGANIZACIONALES TENIENDO EN CUENTA LAS VARIABLES DE GESTIÓN Y ÁREAS DE RENDIMIENTO IDENTIFICANDO LAS DEBILIDADES Y FORTALEZAS DEL TALENTO HUMANO SEGÚN POLÍTICAS DE GESTIÓN Y NECESIDADES DE LAS ÁREAS Y PROCESOS

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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 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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS A LOS CLIENTES TENIENDO EN CUENTA CARACTERÍSTICAS, BENEFICIOS Y USOS DE UN PRODUCTO O SERVICIO ESPECÍFICO, SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA.

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

BUSCAR DE MANERA SISTEMÁTICA INFORMACIÓN ESPECÍFICA Y DETALLADA EN ESCRITOS EN INGLÉS, MAS ESTRUCTURADOS Y CON MAYOR CONTENIDO TÉCNICO

COMPRENDER LAS IDEAS PRINCIPALES DE TEXTOS COMPLEJOS EN INGLÉS QUE TRATAN DE TEMAS TANTO CONCRETOS COMO ABSTRACTOS, INCLUSO SI SON DE CARÁCTER TÉCNICO, SIEMPRE QUE ESTÉN DENTRO DE SU CAMPO DE ESPECIALIZACIÓN

COMPRENDER UNA AMPLIA VARIEDAD DE FRASES Y VOCABULARIO EN INGLÉS SOBRE TEMAS DE INTERÉS PERSONAL Y TEMAS TÉCNICOS

ENCONTRAR Y UTILIZAR SIN ESFUERZO VOCABULARIO Y EXPRESIONES DE INGLÉS TÉCNICO EN ARTÍCULOS DE REVISTAS, LIBROS ESPECIALIZADOS, PÁGINAS WEB, ETC

IDENTIFICAR FORMAS GRAMATICALES BÁSICAS EN TEXTOS Y DOCUMENTOS ELEMENTALES ESCRITOS EN INGLÉS

LEER TEXTOS COMPLEJOS Y CON UN VOCABULARIO MÁS ESPECÍFICO, EN INGLÉS GENERAL Y TÉCNICO

RELACIONARSE CON HABLANTES NATIVOS EN UN GRADO SUFICIENTE DE FLUIDEZ Y NATURALIDAD, DE MODO QUE LA COMUNICACIÓN SE REALICE SIN ESFUERZO POR PARTE DE LOS INTERLOCUTORES

REPRODUCIR EN INGLÉS FRASES O ENUNCIADOS SIMPLES QUE PERMITAN EXPRESAR DE FORMA LENTA IDEAS O CONCEPTOS

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONCERTAR ALTERNATIVAS Y ACCIONES DE FORMACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS DEL PROGRAMA FORMACIÓN, CON BASE EN LA POLÍTICA INSTITUCIONAL.

GENERAR PROCESOS AUTÓNOMOS Y DE TRABAJO COLABORATIVO PERMANENTES, FORTALECIENDO EL EQUILIBRIO DE LOS COMPONENTES RACIONALES Y EMOCIONALES ORIENTADOS HACIA EL DESARROLLO HUMANO INTEGRAL.

GESTIONAR LA INFORMACIÓN DE ACUERDO CON LOS PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS Y CON LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN DISPONIBLES.

INTERACTUAR EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES EN FUNCIÓN DE LOS PRINCIPIOS Y VALORES UNIVERSALES.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 33,70

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 196,60

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s:	0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:	0,00

INSTRUCTOR: GUSTAVO LUQUE FERREIRA

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