PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Barranquilla, Agosto de 2025

Señor(a)
MILDRED MERCEDES BELTRÁN MEDINA
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. **7659939**
Coordinador Académico Construcción
CONSTRUCCIÓN
Barranquilla

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes Agosto del año 2025

Referencia: No 7659939 del año 2025

YULIANA FUENTES ACOSTA, identificado con la cédula de ciudadanía No. 1018427004 de Bogota, D.c., en mi calidad de Contratista del SENA, en CONSTRUCCIÓN, 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: f). un pago correspondiente al mes de Agosto de 2025 por valor de (3449634). Los honorarios serán pagados por el SENA al contratista de acuerdo al cronograma definido por la Dirección Administrativa y Financiera de la Dirección General, en la cuenta AHORROS No. 09388565877 BANCOLOMBIA, cuyo titular es el Contratista.

Plazo: Será hasta el 12 de Diciembre de 2025.

OBJETO: Desarrollar formación profesional por competencias laborales, mediante la estrategia de aprendizaje por proyectos en los programas de formación de FORMACION PRESENCIAL Y VIRTUAL: GESTIÓN, participando en los equipos de diseño y desarrollo curricular y gestionando las actividades y proyectos a través de las tecnologías de la

información y la comunicación que brinda la entidad, atendiendo las políticas institucionales y la normatividad vigente

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

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	EJECUTAR ACCIONES DE FORMACIÓN PROFESIONAL SEGÚN EL ÁREA DE CONOCIMIENTO ASIGNADA EN EL OBJETO CONTRACTUAL Y ACORDE AL NIVEL DE FORMACIÓN, JORNADA Y MODALIDAD.	ATENCIÓN A LOS APRENDICES POR MEDIO DE MENSAJERÍA INTERNA EN LA PLATAFORMA SENA, SESIONES EN LÍNEA, FOROS SOCIALES, DE INQUIETUDES, TEMATICO Y CORREO ELECTRÓNICO.	INTERACCIÓN CONSTANTE CON LOS APRENDICES DEL TÉCNICO EN MARKETING DIGITAL PARA EL SISTEMA DE LA MODA, FICHA 3186205, A TRAVÉS DE LOS DIVERSOS ESPACIOS DEL ENTORNO VIRTUAL: SESIONES EN LÍNEA, CHAT INTERNO, FOROS DE PARTICIPACIÓN (SOCIALES, TEMÁTICOS E INQUIETUDES) Y VÍA CORREO ELECTRÓNICO. ESTAS ACCIONES PERMITEN GARANTIZAR EL ACOMPAÑAMIENTO FORMATIVO. (FOTOGRAFÍA)
2	ORIENTAR EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	REALIZO SESIONES EN LÍNEA EN LAS QUE ORIENTO Y EXPLICO A	SESIONES VIRTUALES DE PROGRAMA MARKETIND DIGITAL

	PROMOVIENDO EL APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO, LA SOLUCIÓN CREATIVA DE PROBLEMAS, EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS PARA EL APRENDIZAJE AUTÓNOMO, EL USO DE LAS TIC, EL TRABAJO COLABORATIVO, PLANTEANDO ACCIONES DE REFUERZO, MEJORAMIENTO Y APOYO QUE MOTIVEN Y FUNDAMENTEN AL APRENDIZ PARA EL DESARROLLO DE SUS COMPETENCIAS SEGÚN LO ESTABLECIDO EN EL PROCEDIMIENTO DE EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL	LOS APRENDICES LAS TEMÁTICAS DEL PROGRAMA, ASÍ COMO LA FORMA EN QUE SE DESARROLLARÁ SU PROCESO DE FORMACIÓN. DURANTE ESTAS SESIONES, DESTACÓ LA IMPORTANCIA DE PARTICIPAR ACTIVAMENTE, ENFRENTAR LOS DESAFÍOS DE MANERA CREATIVA, FOMENTAR EL TRABAJO COLABORATIVO Y APROVECHAR AL MÁXIMO LAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DISPONIBLES PARA ENRIQUECER SU APRENDIZAJE.	PARA EL SISTEMA DE LA MODA (3186205), LOS DÍAS 22/07/25, 30/07/25, 5/08/25, 14/08/25 GRABACIONES DE LAS SESIONES VIRTUALES SINCRÓNICAS PRESENTACIONES EN POWERPOINT CON LAS TEMÁTICAS Y EJEMPLOS PRÁCTICOS. (FOTOGRAFÍA)
3	REGISTRAR OPORTUNAMENTE EN AQUELLOS CASOS DE INASISTENCIAS, DESERCIONES, CONDICIONAMIENTOS DE MATRÍCULA, CANCELACIÓN DE MATRÍCULA EN EL APLICATIVO SOFIA PLUS DE ACUERDO CON LO ESTABLECIDO EN EL REGLAMENTO DEL APRENDIZ VIGENTE	NO APLICA	NO APLICA
4	UTILIZAR HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS QUE EL SENA BRINDA PARA LA GESTIÓN	UTILIZO DE FORMA ACTIVA LAS HERRAMIENTAS	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN

	DEL APRENDIZAJE Y APOYO A LOS PROCESOS FORMATIVOS, PARA ORGANIZAR Y DESARROLLAR ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Y LLEVAR EL REGISTRO DEL PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS.	TECNOLÓGICAS BRINDADAS POR EL SENA, COMO EL LMS (PLATAFORMA DE FORMACIÓN VIRTUAL), PARA GESTIONAR Y ORGANIZAR EL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE.	LA PLATAFORMA LMS. INFORMES RESUMEN DE LAS SESIONES EN LÍNEAS. ACOMPAÑO A LOS APRENDICES EN EL DESARROLLO DE LAS EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE, BRINDANDO ORIENTACIÓN OPORTUNA Y PROMOVIENDO EL USO ADECUADO DE LAS PLATAFORMAS INSTITUCIONALES. REALIZO EL SEGUIMIENTO INDIVIDUAL Y GRUPAL A LOS AVANCES DE LOS APRENDICES A TRAVÉS DE LOS ENTORNOS. VIRTUALES, FOROS, SESIONES SINCRÓNICAS Y MENSAJERÍA INTERNA. (FOTOGRAFÍA)
5	EMITIR JUICIOS DE EVALUACIÓN CON BASE EN LA VALORACIÓN DE LAS EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE, LAS CARACTERÍSTICAS Y LAS PREMISAS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DESCRITAS EN LA GUÍA PARA DESARROLLAR EL PROCESO FORMATIVO, EL PROCEDIMIENTO DE	EVALUAR ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE POR CADA UNIDAD TEMÁTICA. RETROALIMENTAR LAS ACTIVIDADES FOROS TEMÁTICOS.	CALIFICACIONES DE LAS SIGUIENTES EVIDENCIAS EN EL TECNICO DE MARKETING DIGITAL PARA EL SISTEMA DE LA MODA FICHA 3186205 DE LAS ACTIVIDADES DE LA FASE PLANIFICACIÓN: VIDEOS, INFOGRAFIA, CAMPAÑA DE

	EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN Y EL REGLAMENTO DEL APRENDIZ SENA.		MARKETING, INFORME DE GRAFICAS, INFORME DE BASE DE DATOS PRESENTACIÓN POWER POINT. (FOTOGRAFÍA)
6	EVALUAR LOS APRENDIZAJES PREVIOS CORRESPONDIENTES A LAS FICHAS ASIGNADAS, DE ACUERDO CON LOS PROCEDIMIENTOS, PLAZOS Y HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS QUE LA ENTIDAD DEFINA.	REALIZO LA EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES DENTRO DE LOS PLAZOS ESTABLECIDOS, SIGUIENDO LOS PROCEDIMIENTOS DEFINIDOS POR EL SENA. BRINDO RETROALIMENTACIÓN OPORTUNA A CADA APRENDIZ, IDENTIFICANDO FORTALEZAS Y ASPECTOS POR MEJORAR, Y PLANTEO ACCIONES PEDAGÓGICAS DE REFUERZO CUANDO ES NECESARIO, CON EL FIN DE ORIENTAR EL PROCESO FORMATIVO DESDE UNA PERSPECTIVA INTEGRAL.	REGISTRO DE CALIFICACIONES EN LA PLATAFORMA LMS DENTRO DE LOS PLAZOS ESTABLECIDOS, EVIDENCIAS DE RETROALIMENTACIÓN ESCRITA ENTREGADA A LOS APRENDICES A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA DEL TECNICO DE MARKETING DIGITAL PARA EL SISTEMA DE LA MODA FICHA 3186205. (FOTOGRAFÍA)
7	REALIZAR EL ALISTAMIENTO DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A ORIENTAR TENIENDO EN CUENTA: AMBIENTES, NÚMERO DE APRENDICES, DISPONIBILIDAD DE EQUIPOS, MODALIDAD DE FORMACIÓN, Y DURACIONES ESTABLECIDAS EN LAS GUÍAS DE APRENDIZAJE PARA EL	REVISIÓN DE GUÍAS DE APRENDIZAJE, ALISTAMIENTO DE CURSOS	PLANEACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE LAS FASES DE PLANEACIÓN Y EJECUCIÓN, ALISTAMIENTO DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE. CURSO DE MARKETING DIGITAL PARA EL SISTEMA DE LA

	LOGRO DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL PROGRAMA.		MODA, FICHA 3186205. (FOTOGRAFÍA)
8	REPORTAR EN EL SISTEMA SOFIA PLUS EN UN PLAZO MÁXIMO DE 3 DÍAS, TODAS LAS ACTIVIDADES DE ACUERDO CON LOS PROCESOS QUE SON DE SU RESPONSABILIDAD, GARANTIZANDO LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN Y SU COHERENCIA CON EL PROCESO FORMATIVO, TALES COMO: REGISTRO DE LOS JUICIOS EVALUATIVOS, CREACIÓN DE RUTAS Y ASOCIACIÓN DE APRENDICES, REGISTRO DE JUICIOS EVALUATIVOS DEL RECONOCIMIENTO DE APRENDIZAJES PREVIOS, CIERRE DE FICHAS.	REALIZO EL REPORTE EN SOFIA PLUS DENTRO DE LOS PLAZOS ESTABLECIDOS, SIGUIENDO LOS PROCEDIMIENTOS DEFINIDOS POR EL SENA.	REGISTRO DE LOS APRENDICES APROBADOS/NO APROBADOS EN LA PLATAFORMA SOFIA DENTRO DE LOS PLAZOS ESTABLECIDOS DEL TECNICO DE MARKETING DIGITAL PARA EL SISTEMA DE LA MODA FICHA 3186205. (FOTOGRAFÍA)

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**

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. 7982684311 de la planilla, operador nuevo SOI y periodo de julio de 2025. (Decreto Ley 2106 de 2019 – "Decreto Ley Antitrámites")

Evidencias en () folios

Cordialmente,

YULIANA FUENTES ACOSTA
Contratista
C.C. No. 1018427004

Recibí a satisfacción:

MILDRED MERCEDES BELTRÁN MEDINA

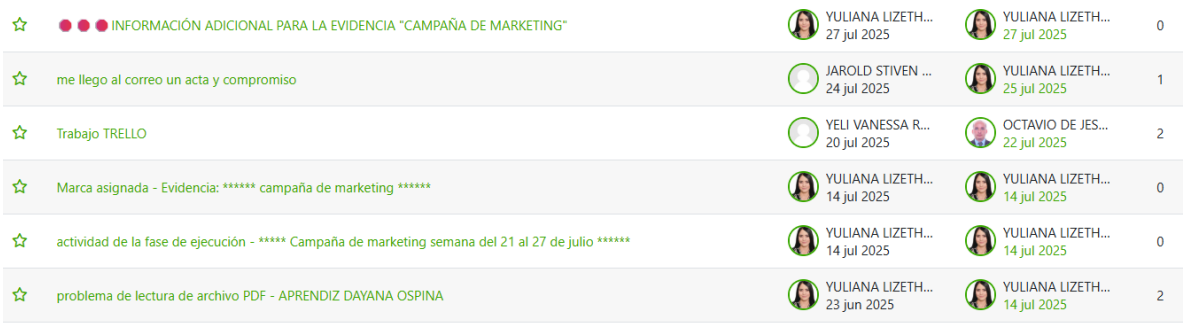
Supervisor(a) Contrato 7659939 de 2025

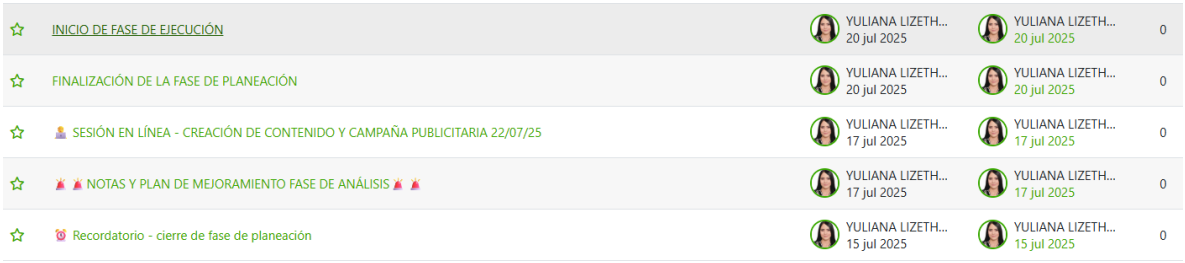
Coordinador Académico Construcción

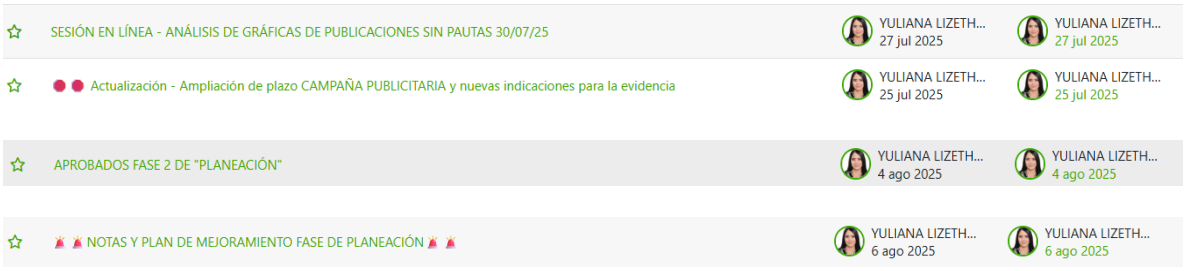
1. Obligación: EJECUTAR ACCIONES DE FORMACIÓN PROFESIONAL SEGÚN EL ÁREA DE CONOCIMIENTO ASIGNADA EN EL OBJETO CONTRACTUAL Y ACORDE AL NIVEL DE FORMACIÓN, JORNADA Y MODALIDAD.

Evidencias

INTERACCIÓN CONSTANTE CON LOS APRENDICES DEL TÉCNICO EN MARKETING DIGITAL PARA EL SISTEMA DE LA MODA, FICHA 3186205, A TRAVÉS DE LOS DIVERSOS ESPACIOS DEL ENTORNO VIRTUAL: SESIONES EN LÍNEA, CHAT INTERNO, FOROS DE PARTICIPACIÓN (SOCIALES, TEMÁTICOS E INQUIETUDES) Y VÍA CORREO ELECTRÓNICO. ESTAS ACCIONES PERMITEN GARANTIZAR EL ACOMPAÑAMIENTO FORMATIVO.







SESIÓN EN LINEA - PROTOCOLO DE ATENCIÓN Y FIDELIZACIÓN AL CLIENTE 14/08/25

YULIANA LIZETH... 11 ago 2025 | YULIANA LIZETH... 11 ago 2025

⏰ **Recordatorio - cierre de fase de planeación**
de YULIANA LIZETH FUENTES ACOSTA - martes, 15 de julio de 2025, 10:38

Estimados aprendices:

Reciban un cordial saludo.

Les recordamos que la **fase de PLANEACIÓN finaliza el próximo 20 de julio de 2025**.
Es importante que realicen la entrega de todas las actividades asignadas dentro del plazo establecido.

📌 Si tienen alguna actividad pendiente o requieren apoyo, por favor comuníquense con el instructor del área para que puedan ponerse al día y continuar su formación sin contratiempos.

Cuentan con nuestro apoyo en todo momento.

Atentamente,
Equipo ejecutor de la formación

🚨🚨 **NOTAS Y PLAN DE MEJORAMIENTO FASE DE ANÁLISIS** 🚨🚨
de YULIANA LIZETH FUENTES ACOSTA - jueves, 17 de julio de 2025, 09:39

Estimados/as Aprendices,

Un cordial saludo.

Desde el equipo de instructores del programa **Técnico en Marketing Digital para el Sistema de la Moda – Ficha 3186205**, hemos identificado que varios aprendices aún presentan evidencias pendientes o no aprobadas de la **Fase de Análisis**.

Se ha hecho seguimiento por chat y correo, y a continuación pueden observar las notas de quienes deben ponerse al día. Les pedimos revisar las notas y contactar a la instructora líder para acordar fechas de entrega. instructorasenayuliana@gmail.com

📌 Como parte del plan de mejora, deberán firmar un acta de compromiso y asumir la entrega de actividades pendientes de cada área y cumplir con las fechas de entrega del plan de mejora (del 17 al 31 de julio) . La instructora líder coordinará con los instructores de cada módulo el seguimiento correspondiente.

📍 Recordamos que este compromiso hace parte del Reglamento del Aprendiz (Art. 27, N°2) y que **la aprobación de todas las evidencias es requisito para su certificación**.

Esperamos su respuesta y disposición para avanzar con éxito.

Cordialmente,
Equipo ejecutor de la formación

Nombre(s)	Apellido(s)	Evidencia:Mapa Mental. GA1-260101010	Evidencia:Video. Plan Mercade GA1-	Evidencia:Cuadro Sinóptic GA1-	Evidencia:Representación Teatral. G 21060010.	Evidencia:Infografía Atención Cliente. (	Evidencia:Póster. GA1-2915010 AA3-EVI	Evidencia:Presentación Comunica n de Mar	Evidencia:Podcast Moda. GA1-2915010	Evidencia:Taller de reflexió escrita. C	Evidencia:Video: Proyecto de vida. C 2402015	Evidencia:Diagrama de sistema Relación	Evidencia:Ejemplo de una marca sosteni	Evidencia:Mapa mental. Hitos de conflict	Evidencia:Documento colaborati Solución é
ALISSON	ALDANA ALVAREZ	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
ALEXIA STEFANIA	AVILÉS FRANCO	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
LUIS EDUARDO	BELTRÁN JAIME	A	A	A	A	A	-	-	A		-	-	-	-	-
MONICA LILIANA EVE	CORREA HERNANDEZ	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	-
LEIDY CAROLINA	CORREA MORALES	A		A	A	A	A	A	A		A	A	A		A
JOAN ALEXANDER	DIAZ CANCINO	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A

🧑‍🏫 **SESIÓN EN LÍNEA - CREACIÓN DE CONTENIDO Y CAMPAÑA PUBLICITARIA 22/07/25**
de YULIANA LIZETH FUENTES ACOSTA - jueves, 17 de julio de 2025, 12:20

Estimados aprendices,

Les invitamos a ingresar y participar en la sesión en línea que se realizará en el siguiente horario:

Fecha: martes 22 de julio de 2025.

Hora: 6:30 PM.

Temática: CREACIÓN DE CONTENIDO Y CAMPAÑA PUBLICITARIA, correspondiente a la nueva fase de "ejecución".

El ingreso se realizará por la plataforma de Zajuna.

Para dar Acceso a Modo Invitado

https://zajuna.sena.edu.co/sesion_linea

Número de Sala: c7a6f01c-9703-4e03-b0c6-a722a0cb8460

********** **En el foro de dudas e inquietudes encontraran una explicación adicional sobre la primera EVIDENCIA de la fase de ejecución "CAMPAÑA DE MARKETING"** **********

Cordialmente,

Yuliana Fuentes

Instructora técnica

FINALIZACIÓN DE LA FASE DE PLANEACIÓN
de YULIANA LIZETH FUENTES ACOSTA - domingo, 20 de julio de 2025, 09:38

Estimados aprendices,

Con entusiasmo les informamos que hemos **concluido la Fase 2: PLANEACIÓN** del programa Técnico en Marketing Digital para el Sistema de la Moda – Ficha 3186205. la cual tuvo lugar **del 16 de junio al 20 de julio de 2025.**

Durante esta fase fortalecimos la capacidad de planear estratégicamente en el entorno del marketing digital. Trabajamos en la estructuración de estrategias, la definición de objetivos comerciales, y la planificación de acciones de marketing, integrando temáticas clave como Marketing Digital, Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y Comunicación Oral y Escrita.

Con esta etapa, cerramos una base fundamental para el desarrollo del programa. Agradecemos su dedicación y compromiso en cada una de las actividades realizadas.

Para esta fase fue fundamental consultar el material formativo:
Panel de navegación > Fase 2 planeación > Actividad del proyecto 2 > Material de formación

Para entregar evidencias:
Panel de navegación > Fase 2 planeación > Actividad del proyecto 2 > Guía de aprendizaje 02

Si tienes actividades pendientes, Por favor contacta al instructor del área para ponerte al día.

Instructores a cargo durante esta fase:

- *Yuliana Fuentes* – Instructora técnica y líder de ficha - instructorasenayuliana@gmail.com
- *José Cotes* – Instructor del área de Ética instructor.josecotes@gmail.com
- *Octavio Mejía* – Instructor del área de TIC octaviomejiarios@gmail.com

Los invitamos a **continuar con la siguiente fase del programa "Ejecución"**, donde seguiremos fortaleciendo habilidades técnicas y humanas claves para su formación como técnicos en marketing digital para sistema de la moda.

Cordialmente,
Equipo Ejecutor de la Formación

INICIO DE FASE DE EJECUCIÓN
de YULIANA LIZETH FUENTES ACOSTA - domingo, 20 de julio de 2025, 09:39

Estimados aprendices,

Iniciamos una nueva etapa en nuestro proceso de formación: la **Fase 3 – Ejecución** del programa Técnico en Marketing Digital para el Sistema de la Moda – Ficha 3186205, la cual se desarrollará del **21 de julio al 5 de octubre de 2025**.

En esta fase abordaremos temáticas clave como: Marketing digital, campaña publicitaria, interacción con el cliente en el proceso de venta, comunicación gráfica, Salud ocupacional e ingles. Estos conocimientos les permitirán consolidar sus habilidades técnicas y blandas, mejorar la toma de decisiones, y avanzar hacia la ejecución real de proyectos en el contexto del marketing digital para el sistema moda.

Para el desarrollo de la fase es indispensable conocer las rutas de acceso al cronograma, material de formación y entrega de evidencias. **RUTAS DE ACCESO:**

Material de formación:
Panel de navegación → Fase 3 Ejecución → Actividad del proyecto 3 → Material de formación

Guía de aprendizaje y entrega de evidencias:
Panel de navegación → Fase 3 Ejecución→ Actividad del proyecto 3 → Guía de aprendizaje 03 → Actividad de aprendizaje correspondiente

Cronograma:
Panel de navegación → Mis cursos → Cronograma → Cronograma fase de ejecución * *Se recomienda revisarlo y descargarlo para organizar tus entregas a tiempo.*

Canales de comunicación:
• Foro de Dudas – Para resolver inquietudes académicas o técnicas
• Chat interno y correo electrónico – Contacto directo con los instructores

Instructores a cargo en esta fase:

- *Yuliana Fuentes* – Instructora técnica y líder de ficha - instructorasenayuliana@gmail.com
- *José Cotes* – Instructor del área de Ética instructor.josecotes@gmail.com

- *Geovany Torregroza* – Instructor del área de Salud ocupacional ingeniero.torregroza@gmail.com
- *Octavio Mejía* – Instructor del área de TIC octaviomejiarios@gmail.com

• Las actividades deben entregarse dentro de las fechas estipuladas
• Las evidencias aprobadas se califican con "A" y las no aprobadas con "D"

¡Es momento de aplicar lo aprendido y seguir creciendo! Te animamos a asumir esta fase con responsabilidad, creatividad y proactividad.

Cordialmente,



SESIÓN EN LÍNEA - ANÁLISIS DE GRÁFICAS DE PUBLICACIONES SIN PAUTAS 30/07/25
de YULIANA LIZETH FUENTES ACOSTA - domingo, 27 de julio de 2025, 12:29

Estimados aprendices,

Les invitamos a ingresar y participar en la sesión en línea que se realizará en el siguiente horario:

Fecha: miércoles 30 de julio de 2025.

Hora: 6:00 PM.

Temática: ANÁLISIS DE GRÁFICAS DE PUBLICACIONES SIN PAUTAS, correspondiente a la nueva fase de "ejecución".

El ingreso se realizará por la plataforma de Zajuna.

Para dar Acceso a Modo Invitado

https://zajuna.sena.edu.co/sesion_linea

Número de Sala: 121bdd40-19b6-415f-baf7-4171d4a4eb65

Cordialmente,

Yuliana Fuentes

Instructora técnica



SESIÓN EN LÍNEA - SERVICIO E INTERACCION CON LOS CLIENTES 5/08/25
de YULIANA LIZETH FUENTES ACOSTA - viernes, 1 de agosto de 2025, 09:33

Estimados aprendices,

Les invitamos a ingresar y participar en la sesión en línea que se realizará en el siguiente horario:

Fecha: martes 5 de agosto de 2025.

Hora: 6:30 PM.

Temática: Servicio e interacción con los clientes.

El ingreso se realizará por la plataforma de Zajuna.

https://zajuna.sena.edu.co/sesion_linea

Número de Sala: 7f83a58e-f3a2-45bb-b8c1-82c36e2fb132

Cordialmente,

Yuliana Fuentes

Instructora técnica



APROBADOS FASE 2 DE "PLANEACIÓN"
de YULIANA LIZETH FUENTES ACOSTA - lunes, 4 de agosto de 2025, 09:59

Estimados aprendices.

Reciban un cordial saludo.

Queremos felicitar a todos los aprendices que aprobaron satisfactoriamente la **Fase 2: Planeación** del programa Técnico en Marketing Digital para el Sistema de la Moda – Ficha 3186205.

Durante esta etapa se evidenció un muy buen nivel de análisis estratégico, claridad en la estructuración de objetivos, coherencia en la formulación de estrategias y creatividad en la propuestas planteadas. Además, muchos demostraron compromiso y organización en la entrega de las evidencias. ¡Felicitaciones por su esfuerzo y dedicación!

A continuación, se relacionan los aprendices que cumplieron con la entrega y aprobación de la totalidad de las evidencias requeridas en esta fase:

1	ALISSON	ALDANA ALVAREZ
2	ALEXIA STEFANIA	AVILÉS FRANCO
3	LUIS EDUARDO	BELTRÁN JAIME
4	JOAN ALEXANDER	DIAZ CANCINO
5	MARLEN ANDREA	FLOR CABRERA
6	JAROLD STIVEN	GONZALEZ GONGORA
7	MARÍA PAULA	GONZALEZ RIOS
8	JAIDER SEBASTIAN	HERNANDEZ BUITRAGO
9	LEIDY LORENA	HERNANDEZ VALLEJO
10	LIDA CONNIE	MARIN RIVERA
11	LAURA VANESSA	MENDOZA MOSQUERA
12	ALEJANDRA LILIANA	ONOFRE GARCIA
13	DAYANA	OSPINA SANTIBAÑEZ
14	LAURA MARCELA	PALACIOS BURBANO
15	RAQUEL	RAMIREZ SIERRA
16	YELI VANESSA	ROJAS GOMEZ
17	MARITZA	ROMAN VILLA
18	JULIETH MARIA	SALAS ARRIETA
19	HEIDY NICOL	SUAREZ AVILA
20	CATALINA JUDITH	TORRES HERRERA
21	LILIANA PAOLA	TOVAR GALINDO

Importante:
Si no te encuentras en este listado o presentas actividades pendientes, es fundamental que te comuniques lo antes posible con la instructora líder para revisar tu situación y definir los pasos a seguir.

Recuerda que cada fase construye las bases para avanzar en tu proceso de formación. Aprovecha cada momento como una oportunidad para mejorar y seguir creciendo.

¡Vamos con toda para la Fase 3: Ejecución!

Cordialmente,
Equipo ejecutor de la formación



🚨 🚨 NOTAS Y PLAN DE MEJORAMIENTO FASE DE PLANEACIÓN 🚨 🚨
de YULIANA LIZETH FUENTES ACOSTA - miércoles, 6 de agosto de 2025, 08:54

Estimados/as Aprendices,

Un cordial saludo.

Desde el equipo de instructores del programa Técnico en Marketing Digital para el Sistema de la Moda – Ficha 3186205, hemos identificado que varios aprendices aún presentan **evidencias pendientes o no aprobadas de la Fase 2: Planeación**.

Se ha realizado un seguimiento individual por medio del chat interno y correo electrónico. A continuación, podrán consultar las notas para identificar si deben ponerse al día. Les solicitamos revisar y contactar a la instructora líder para acordar fechas de entrega. 📧 **instructorasenayuliana@gmail.com**

📌 Como parte del **plan de mejora**, deberán **firmar un acta de compromiso** y asumir la entrega o ajuste de las actividades pendientes correspondientes a cada área, cumpliendo con el plazo establecido del **15 al 31 de agosto**. La instructora líder coordinará con los instructores de cada módulo el seguimiento detallado de las evidencias.

📍 Les recordamos que este compromiso hace parte del **Reglamento del Aprendiz (Art. 27, N°2)**, y que **la aprobación de cada fase es requisito indispensable para obtener su certificación final**.

Contamos con su disposición y compromiso para continuar avanzando con éxito en su proceso formativo.

Nombre(s)	Apellido(s)	Evidencia:Matriz Comparativa GA2-	Evidencia: Video Herramienta TI	Evidencia: Moodboard Produc	Evidencia:Infografía Producto Moda	Evidencia: Brief de Producto GA2-	Evidencia: Mapa conceptual sobre	Evidencia:Taller- Utilización de las herramienta	Evidencia:Informe mejora de product	Evidencia:Video. La comunicación com	Evidencia:Informe. Creación de contenidos comunicati
ALISSON	ALDANA ALVAREZ	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
ALEXIA STEFANIA	AVILÉS FRANCO	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
DANNA PAOLA	BARRUETO MUÑOZ	A	A	-	-	A	-	-	-	-	-
LUIS EDUARDO	BELTRÁN JAIME	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
MONICA LILIANA EVET	CORREA HERNANDEZ	A	A	A	A	A	A	-	A	A	A
LEIDY CAROLINA	CORREA MORALES	A	A	A	-	A	A	D	A	-	A
JOAN ALEXANDER	DIAZ CANCINO	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
MARLEN ANDREA	FLOR CABRERA	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
MARIA CONSUELO	GARZON PICO	A	A	A	A	A	A	D	-	-	-
JAROLD STIVEN	GONZALEZ GONGORA	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
MARIA PAULA	GONZALEZ RIOS	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
JAIDER SEBASTIAN	HERNANDEZ BUITRAGO	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
LEIDY LORENA	HERNANDEZ VALLEJO	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
CLAYRETH DAYANA	LLINAS DE LOS REYES	A	A	A	A	A	A	A	A	-	A
LIDA CONNIE	MARIN RIVERA	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
LAURA VANESSA	MENDOZA MOSQUERA	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
SHERYL CAROLINA	MIRANDA GONZALEZ	A	A	A	A	A	A	-	A	A	A



SESIÓN EN LINEA - PROTOCOLO DE ATENCIÓN Y FIDELIZACIÓN AL CLIENTE 14/08/25
de YULIANA LIZETH FUENTES ACOSTA - lunes, 11 de agosto de 2025, 22:52

Estimados aprendices,

Les invitamos a ingresar y participar en la sesión en línea que se realizará en el siguiente horario:

Fecha: jueves 14 de agosto de 2025.

Hora: 6:30 PM.

Temática: PROTOCOLO DE ATENCIÓN Y FIDELIZACIÓN AL CLIENTE

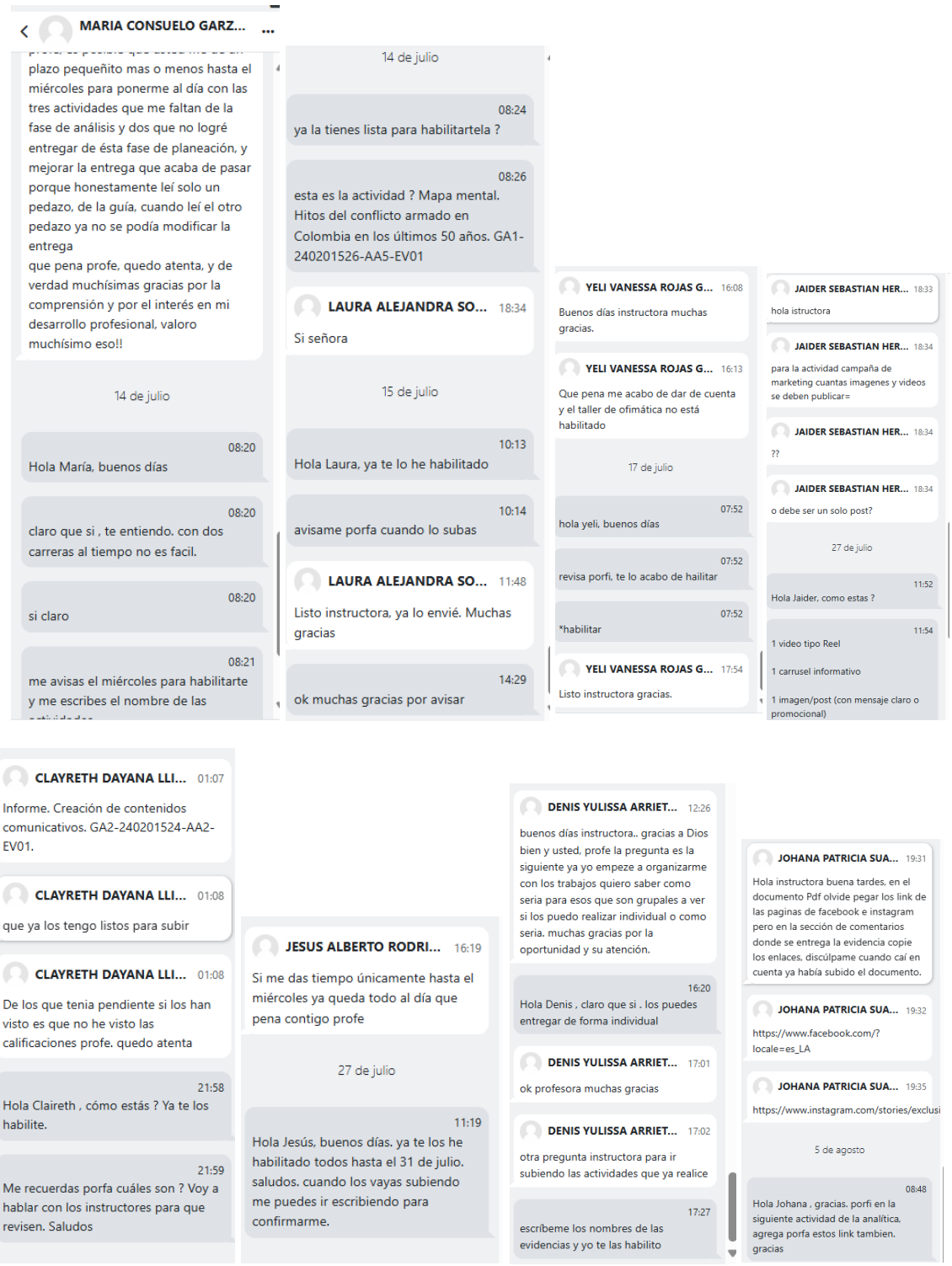
El ingreso se realizará por la plataforma de Zajuna.

Para dar Acceso a Modo Invitado

https://zajuna.sena.edu.co/sesion_linea

Número de Sala: 7ecefa84-e58f-4aea-a046-3726137574a2

Cordialmente,
Yuliana fuentes
instructora técnica


MARIA CONSUELO GARZ...
plazo pequeñito mas o menos hasta el miércoles para ponerme al día con las tres actividades que me faltan de la fase de análisis y dos que no logré entregar de ésta fase de planeación, y mejorar la entrega que acaba de pasar porque honestamente leí solo un pedazo, de la guía, cuando leí el otro pedazo ya no se podía modificar la entrega
que pena profe, quedo atenta, y de verdad muchísimas gracias por la comprensión y por el interés en mi desarrollo profesional, valoro muchísimo eso!!
14 de julio
08:20
Hola María, buenos días
08:20
claro que si , te entiendo. con dos carreras al tiempo no es facil.
08:20
si claro
08:21
me avisas el miércoles para habilitarte y me escribes el nombre de las
14 de julio
08:24
ya la tienes lista para habilitartela ?
08:26
esta es la actividad ? Mapa mental. Hitos del conflicto armado en Colombia en los últimos 50 años. GA1-240201526-AA5-EV01
LAURA ALEJANDRA SO... 18:34
Si señora
15 de julio
10:13
Hola Laura, ya te lo he habilitado
10:14
avisame porfa cuando lo subas
LAURA ALEJANDRA SO... 11:48
Listo instructora, ya lo envié. Muchas gracias
14:29
ok muchas gracias por avisar
YELI VANESSA ROJAS G... 16:08
Buenos días instructora muchas gracias.
YELI VANESSA ROJAS G... 16:13
Que pena me acabo de dar de cuenta y el taller de ofimática no está habilitado
17 de julio
07:52
hola yeli, buenos días
07:52
revisa porfi, te lo acabo de hailitar
07:52
*habilitar
YELI VANESSA ROJAS G... 17:54
Listo instructora gracias.
JAIDER SEBASTIAN HER... 18:33
hola istructora
JAIDER SEBASTIAN HER... 18:34
para la actividad campaña de marketing cuantas imagenes y videos se deben publicar=
JAIDER SEBASTIAN HER... 18:34
??
JAIDER SEBASTIAN HER... 18:34
o debe ser un solo post?
27 de julio
11:52
Hola Jaider, como estas ?
11:54
1 video tipo Reel
1 carrusel informativo
1 imagen/post (con mensaje claro o promocional)
CLAYRETH DAYANA LLI... 01:07
Informe. Creación de contenidos comunicativos. GA2-240201524-AA2-EV01.
CLAYRETH DAYANA LLI... 01:08
que ya los tengo listos para subir
CLAYRETH DAYANA LLI... 01:08
De los que tenia pendiente si los han visto es que no he visto las calificaciones profe. quedo atenta
21:58
Hola Claireth , cómo estás ? Ya te los habilite.
21:59
Me recuerdas porfa cuáles son ? Voy a hablar con los instructores para que revisen. Saludos
JESUS ALBERTO RODRI... 16:19
Si me das tiempo únicamente hasta el miércoles ya queda todo al día que pena contigo profe
27 de julio
11:19
Hola Jesús, buenos días. ya te los he habilitado todos hasta el 31 de julio. saludos. cuando los vayas subiendo me puedes ir escribiendo para confirmarme.
DENIS YULISSA ARRIET... 12:26
buenos días instructora,. gracias a Dios bien y usted, profe la pregunta es la siguiente ya yo empeze a organizarme con los trabajos quiero saber como seria para esos que son grupales a ver si los puedo realizar individual o como seria. muchas gracias por la oportunidad y su atención.
16:20
Hola Denis , claro que si . los puedes entregar de forma individual
DENIS YULISSA ARRIET... 17:01
ok profesora muchas gracias
DENIS YULISSA ARRIET... 17:02
otra pregunta instructora para ir subiendo las actividades que ya realice
17:27
escríbeme los nombres de las evidencias y yo te las habilito
JOHANA PATRICIA SUA... 19:31
Hola instructora buena tardes, en el documento Pdf olvide pegar los link de las paginas de facebook e instagram pero en la sección de comentarios donde se entrega la evidencia copie los enlaces, discúlpame cuando caí en cuenta ya había subido el documento.
JOHANA PATRICIA SUA... 19:32
https://www.facebook.com/?locale=es_LA
JOHANA PATRICIA SUA... 19:35
https://www.instagram.com/stories/exclusi
5 de agosto
08:48
Hola Johana , gracias. porfi en la siguiente actividad de la analítica, agrega porfa estos link tambien. gracias

No me abre plataforma Sena Inbox ×

Eveth Hernández <evethcorrea@gmail.com> Sun, Aug 10, 9:13 PM (4 days ago)
to me

Instructora cómo estás?
Desafortunadamente la plataforma no me abre , llevo horas intentando, no me puedo quedar más tiempo esperando si finalmente me sirve, por ello te envío soporte del informe, y si es posible montarlo en otro momento momento, te agradecería mucho, mil gracias!!!
Mónica Correa Hernández

2 Attachments • Scanned by Gmail



INFORME DE ANA...

Yuliana <instructorasenayuliana@gmail.com> Mon, Aug 11, 10:28 PM (3 days ago)
to Eveth

Hola Monica,
No te preocupes, entiendo que a veces la página se demora en cargar y no abre.

te habilite nuevamente para que lo puedas subir.

Saludos,
Yuliana Fuentes

ayuda Inbox ×

helver oñate
hola profesora yuliana, quisiera pedirte un favor, me siento muy confundido y perdido sobre el trabajo de hacer las cuentas de facebook y instagram, no se que p

Yuliana
Hola Helver, has revisado los videos de las clases y las presentaciones donde se han explicado las evidencias ? Tienes que subir contenido referente a la marca

helver oñate
Siii estuve buscando bien y todo muchas gracias pues ya solo me falta subir historia que son las 3 pero ya tengo la idea de todo, se qué ando algo atrasado p

Yuliana
Hola Helver, Me avisas para habilitarte a actividad. Que bien que estés organizando las ideas y estructurando la marca que quieres lanzar. Felicitaciones Saludo

helver oñate Mon, Aug 11, 1
to me

Listo, muchas gracias. Yo te aviso

•••

Inquietud Inbox ×

Laura Mendoza
Hola profesora lo que sucede es que estoy todavía un poco enredada con el trabajo de análisis de datos y más enseguida hoy me doy cuenta que hay dos talleres pa

Yuliana
Hola Laura, has revisado el video de la última clase y las presentación donde se ha explicado la evidencia ? ¿Has podido avanzar con la actividad ? Quedo atenta

Laura Mendoza Mon, Aug 11, 10:1
to me

Hola si señora ya revise y envié la actividad



Buenas tardes, Ing. Yuliana Lizeth Fuentes Acosta:

Reciba un cordial saludo. Le escribe Alexia Avilés, aprendiz del programa Marketing Digital para el Sistema Moda (3186205).

Agradezco mucho su retroalimentación sobre mi entrega anterior. Con respecto a su observación, lamento no haber incluido los enlaces, capturas y nombres de las cuentas donde realicé las publicaciones. Estoy trabajando para complementar adecuadamente esta información.

Le escribo respetuosamente para solicitarle una prórroga hasta el domingo 10 de agosto, con el fin de presentarle la evidencia completa y cumplir con los requerimientos establecidos.

Agradezco de antemano su comprensión y quedo atenta a cualquier indicación adicional que considere pertinente.

Cordialmente,
Alexia Avilés
--

Marketing Digital & Contadora | Especialista en Data Analyst con enfoque Transformación Digital y Metodologías Ágiles

Yuliana <instructorasenayuliana@gmail.com> Sun, Aug 3, 2:05 PM (11 days ago)
to AVILES

Hola Alexia,
ya subiste las publicaciones a las redes sociales ?

cuando agregues la próxima actividad que es la analitica de las graficas, agrega porfa la cuentas de las redes sociales para poder ver las publicaciones que realizaste.

Saludos,
Yuliana Fuentes

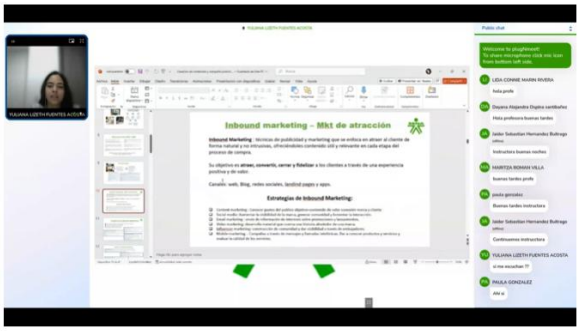
2. **Obligación:** ORIENTAR EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE PROMOVIENDO EL APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO, LA SOLUCIÓN CREATIVA DE PROBLEMAS, EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS PARA EL APRENDIZAJE AUTÓNOMO, EL USO DE LAS TIC, EL TRABAJO COLABORATIVO, PLANTEANDO ACCIONES DE REFUERZO, MEJORAMIENTO Y APOYO QUE MOTIVEN Y FUNDAMENTEN AL APRENDIZ PARA EL DESARROLLO DE SUS COMPETENCIAS SEGÚN LO ESTABLECIDO EN EL PROCEDIMIENTO DE EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

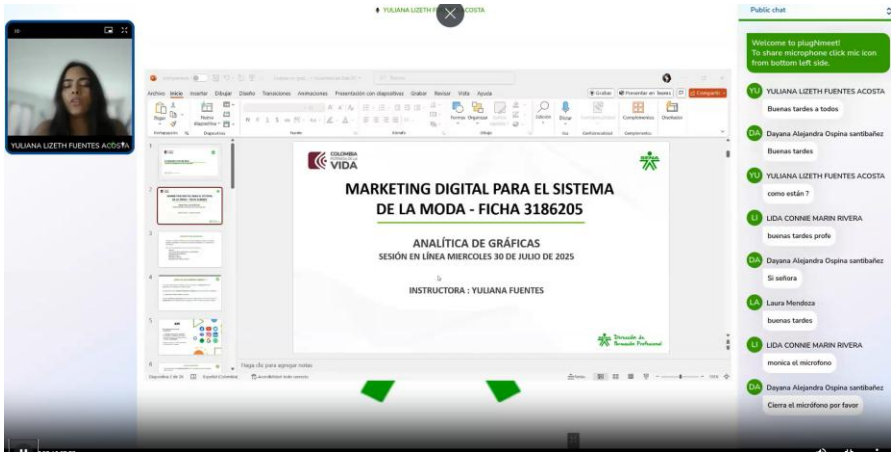
Evidencia:
SESIONES VIRTUALES DE PROGRAMA MARKETIND DIGITAL PARA EL SISTEMA DE LA MODA (3186205), LOS DÍAS 22/07/25, 30/07/25, 5/08/25, 14/08/25

GRABACIONES DE LAS SESIONES VIRTUALES SINCRÓNICAS

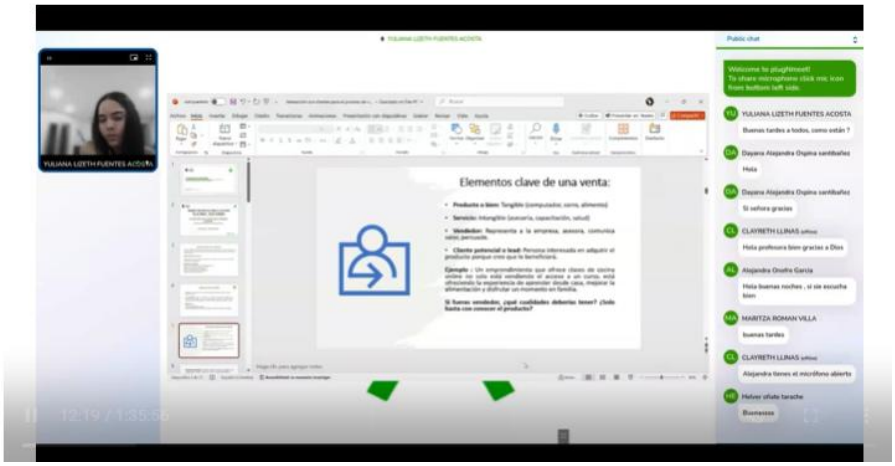
PRESENTACIONES EN POWERPOINT CON LAS TEMÁTICAS Y EJEMPLOS PRÁCTICOS. (FOTOGRAFÍA)

22/7/2025, 9:13:17 p. m.

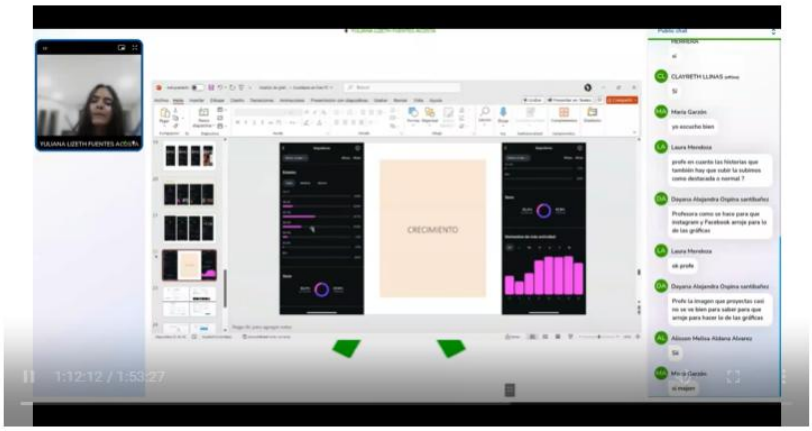




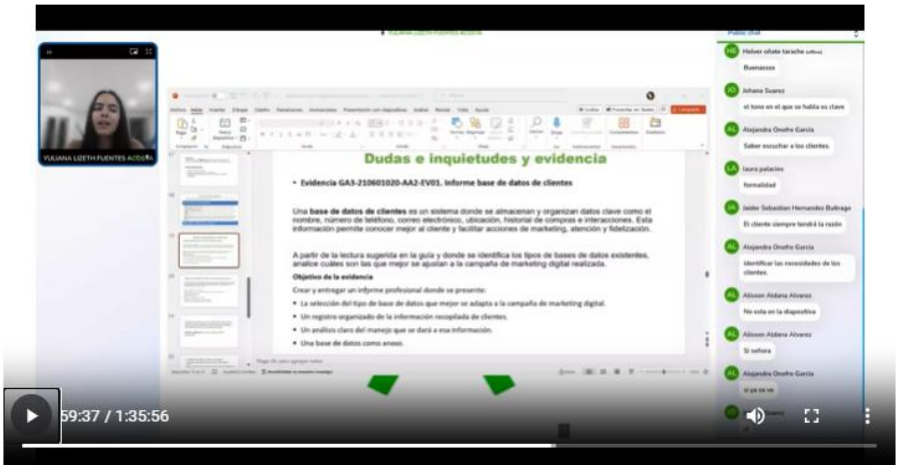
5/8/2025, 8:19:54 p. m.



30/7/2025, 8:06:53 p. m.



5/8/2025, 8:19:54 p. m.



3. UTILIZAR HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS QUE EL SENA BRINDA PARA LA GESTIÓN DEL APRENDIZAJE Y APOYO A LOS PROCESOS FORMATIVOS, PARA ORGANIZAR Y DESARROLLAR ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Y LLEVAR EL REGISTRO DEL PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS.

Evidencia:

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN LA PLATAFORMA LMS.
INFORMES RESUMEN DE LAS SESIONES EN LÍNEAS.
ACOMPAÑO A LOS APRENDICES EN EL DESARROLLO DE LAS EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE, BRINDANDO ORIENTACIÓN OPORTUNA Y PROMOVIENDO EL USO ADECUADO DE LAS PLATAFORMAS INSTITUCIONALES. REALIZO EL SEGUIMIENTO INDIVIDUAL Y GRUPAL A LOS AVANCES DE LOS APRENDICES A TRAVÉS DE LOS ENTORNOS. VIRTUALES, FOROS, SESIONES SINCRÓNICAS Y MENSAJERÍA INTERNA. (FOTOGRAFÍA)

CRONOGRAMAS

CRONOGRAMA GENERAL XLSX

CRONOGRAMA FASE DE INDUCCIÓN XLSX

CRONOGRAMA FASE DE ANÁLISIS XLSX

CRONOGRAMA FASE DE PLANEACIÓN XLSX

CRONOGRAMA FASE DE EJECUCIÓN XLSX

CRONOGRAMA GENERAL DE ACTIVIDADES
PROGRAMA DE FORMACIÓN TITULADA TÉCNICO EN MARKETING DIGITAL PARA EL SISTEMA MODA FICHA 3186205
CENTRO INDUSTRIAL Y DE AVIACIÓN – REGIONAL ATLÁNTICO

O :	**31/03/25**
O DE LA FORMACIÓN:	**31/03/25**
TAPA LECTIVA:	**23/12/25**
ORMACIÓN:	**30/06/26**

FASE DE EJECUCIÓN

O FASE DE EJECUCIÓN:	**21/07/25**
ASE DE EJECUCIÓN:	**05/10/25**

ACTIVIDAD DEL PROYECTO	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	RESULTADO DE APRENDIZAJE (RAP)	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)	EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE	FECHAS DE ENTREGA		INSTRUCTOR O ÁREA RESPONSABLE
					INICIA	FINALIZA	
	GA3-260101055-AA1: Ejecutar las propuestas que el equipo de mercadeo requiere para promocionar los productos de una empresa del sector moda, de acuerdo con el plan de *marketing* digital definido por la organización.	260101055-03 - Ejecutar las propuestas de mercadeo requeridas, de acuerdo con el plan de *marketing* digital definido por la organización .		Evidencia de producto: Campaña de *marketing* . GA3-260101055-AA1-EV01. Calificable	21/07/25	03/08/25	TÉCNICO
				Evidencia de producto: Informe de gráficas de analítica digital. GA3- 260101055-AA1-EV02. Calificable	07/08/25	10/08/25	
	GA3-210601020-AA2: Establecer relaciones e interacción con los clientes de una empresa del sector moda, a	210601020-02 - Establecer relaciones con los clientes potenciales de acuerdo con las necesidades de la estrategia digital.		Evidencia de conocimiento: Informe "Base de datos de clientes". GA3-210601020-AA2-EV01. Calificable	04/08/25	10/08/25	
				Evidencia de producto: Protocolo de atención y			TÉCNICO

Fase 3 Ejecución

JULIO

- CREACIÓN DE CONTENIDO Y CAMPAÑA PUBLICITARIA 22/07/25
- RESUMEN CREACIÓN DE CONTENIDO Y CAMPAÑA PUBLICITARIA 22/07/25 PDF
- ANÁLISIS DE GRÁFICAS DE PUBLICACIONES SIN PAUTAS 30/07/25
- RESUMEN ANÁLISIS DE GRÁFICAS DE PUBLICACIONES SIN PAUTAS 30/07/25 PDF

AGOSTO

- SERVICIO E INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES 5/08/25
- RESUMEN SERVICIO E INTERACCIÓN CON CLIENTES 5/08/25 PDF
- Fundamentos de Medio Ambiente, Seguridad y Salud en el Trabajo 6/08/25
- Resumen Fundamentos de medio ambiente, seguridad y salud en el trabajo 6/08/25 PDF
- PROTOCOLO DE ATENCIÓN Y FIDELIZACIÓN AL CLIENTE 14/08/25

INFORME RESUMEN – SESIÓN EN LÍNEA

Análisis de gráficas de publicaciones sin pauta

Fecha: 30 de julio de 2025
Instructora: Yuliana Fuentes
Programa de Formación: Marketing Digital para el Sistema Moda – Ficha 3186205
Centro de Formación: Centro Industrial y de Aviación – SENA
Modalidad: Formación Virtual

Objetivo general de la sesión

Esta clase tuvo como propósito principal orientar a los aprendices en el análisis de los resultados obtenidos a partir de sus campañas de marketing digital sin pauta paga, específicamente en plataformas como Instagram y Facebook.

El análisis de métricas y estadísticas tiene como finalidad evaluar el rendimiento de los contenidos publicados, verificar si se cumplieron los objetivos definidos al inicio de la campaña y preparar la entrega de la siguiente evidencia del curso: GA3-260101055-AA1-EV02 – Informe de gráficas de analítica digital.

¿Qué es la analítica digital?

Iniciamos la sesión explicando el concepto de **analítica digital**, entendida como el proceso mediante el cual se recolectan, interpretan y visualizan datos para comprender el comportamiento de los usuarios y el impacto de los contenidos en

INFORME RESUMEN – SESIÓN EN LÍNEA

Interacción con Clientes para el Proceso de Venta

Fecha: 5 de agosto de 2025
Instructora: Yuliana Fuentes
Programa de Formación: Marketing Digital para el Sistema Moda – Ficha 3186205
Centro de Formación: Centro Industrial y de Aviación – SENA
Modalidad: Formación Virtual

Objetivo general de la sesión

Brindar a los estudiantes las herramientas conceptuales y prácticas necesarias para comprender la importancia de la interacción efectiva con los clientes en cada etapa del proceso de venta, identificando tipos de venta, canales adecuados, redacción digital y atención al cliente. Además, se orienta la construcción del informe de la evidencia: **Base de Datos de Clientes**, como aplicación práctica del conocimiento adquirido.

1. ¿Qué es una venta?

Antes de adentrarnos en el proceso, es clave entender qué representa realmente una venta. No se trata solo de entregar un producto, sino de conectar con una necesidad.

La **venta** es el proceso mediante el cual una empresa ofrece un producto o servicio a cambio de una compensación económica. Involucra habilidades sociales, comunicación, persuasión y confianza.

Resumen de la sesión: Pilares de contenido y campaña publicitaria

Fecha: Martes 22 de julio de 2025
Instructora: Yuliana Fuentes
Formación: Marketing Digital para el Sistema de la Moda – Ficha 3186205
temática: Creación de contenido y desarrollo de una campaña publicitaria digital

1. Repaso del entorno y estrategia digital

Se revisaron conceptos clave del entorno digital, incluyendo:

- **Medios propios:** blogs, webs, apps y SEO
- **Medios pagados:** campañas en Google Ads, influencers, publicidad en redes
- **Medios ganados:** menciones, reseñas, contenido generado por usuarios

También se reforzaron temas como el uso de plataformas (educativas, sociales, e-commerce), ventajas del marketing digital (alcance, medición, bajo costo), y herramientas esenciales como SEO y SEM.

2. Estrategia digital e inbound marketing

Se explicó la metodología de **Inbound Marketing**, que busca atraer al cliente de manera natural mediante contenido útil y relevante. Las fases son:
Atraer → Convertir → Cerrar → Fidelizar

Canales y tácticas usadas:

4. EMITIR JUICIOS DE EVALUACIÓN CON BASE EN LA VALORACIÓN DE LAS EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE, LAS CARACTERÍSTICAS Y LAS PREMISAS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DESCRITAS EN LA GUÍA PARA DESARROLLAR EL PROCESO FORMATIVO, EL PROCEDIMIENTO DE EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN Y EL REGLAMENTO DEL APRENDIZ SENA.

Evidencia:

CALIFICACIONES DE LAS SIGUIENTES EVIDENCIAS EN EL TECNICO DE MARKETING DIGITAL PARA EL SISTEMA DE LA MODA FICHA 3186205 DE LAS ACTIVIDADES DE LA FASE PLANIFICACIÓN: VIDEOS, INFOGRAFIA, CAMPAÑA DE MARKETING, INFORME DE GRAFICAS, INFORME DE BASE DE DATOS PRESENTACIÓN POWER POINT. (FOTOGRAFÍA)

Nombre(s) / Apellido(s)	Nombre de usuario	Correo electrónico	Estado	Calificación	Editar	Última modificación (entrega)	Texto en línea
LAURA ALEJANDRA SOCAMIA HINCAPIE	1011201509cc	laura.socamia@gmail.com	Enviado para calificar Calificado	Calificar A	Editar	domingo, 3 de agosto de 2025, 23:58	
LILIANA PAOLA TOVAR GALINDO	1002587494cc	liliana51907@hotmail.com	Enviado para calificar Calificado	Calificar A	Editar	domingo, 3 de agosto de 2025, 23:54	Buena noche
YELI VANESSA ROJAS GOMEZ	1029988256ti	mmmvanee2008@gmail.com	Enviado para calificar Calificado	Calificar A	Editar	domingo, 3 de agosto de 2025, 23:44	
ALISSON ALDANA ALVAREZ	1020750724ti	ilyteama@gmail.com	Enviado para calificar Calificado	Calificar A	Editar	domingo, 3 de agosto de 2025, 23:34	
LEIDY LORENA HERNANDEZ VALLEJO	1077227494cc	leidyhv97@gmail.com	Enviado para calificar Calificado	Calificar A	Editar	domingo, 3 de agosto de 2025, 22:15	
LAURA VANESSA MENDOZA MOSQUERA	1045139875ti	lauramendoza7373@gmail.com	Enviado para calificar Calificado	Calificar A	Editar	domingo, 3 de agosto de 2025, 21:52	(16 palabras) hola profesora hago en! **de *Marketing* GA3-26(** estaré atenta a cualqui



miércoles, 6 de agosto de 2025, 22:07 — A
Laura:
Tu propuesta de campaña para SIXXTA se encuentra muy bien desarrollada, con una base conceptual clara y un enfoque estratégico ...

miércoles, 6 de agosto de 2025, 21:59 — A
Liliana:
Tu campaña para Trébol está muy bien estructurada y cuidadosamente pensada. Se nota tu compromiso con el desarrollo de una marca ...

miércoles, 6 de agosto de 2025, 21:35 — A
Yeli Vanessa:
Vanessa, tu campaña demuestra una excelente comprensión de los principios del marketing digital con enfoque en ...

miércoles, 6 de agosto de 2025, 21:40 — A
Leidy:
Tu presentación es profesional, estructurada y estéticamente coherente con la esencia artesanal y sostenible de Palma Canaria. El...

miércoles, 6 de agosto de 2025, 13:01 — A
Laura:
Tu trabajo destaca por su enfoque claro, bien estructurado y alineado con el propósito de sostenibilidad. Mostraste una excelente ...

miércoles, 6 de agosto de 2025, 12:43 — A
Laura:
Desarrollar una campaña publicitaria sobre tu propio emprendimiento es una excelente oportunidad para aplicar de forma real todo ...

domingo, 3 de agosto de 2025, 10:55 — A
Alejandra:
Este tipo de actividad te permite estructurar campañas, orientadas a marcas reales, elevando tu perfil profesional como ...

domingo, 3 de agosto de 2025, 11:25 — A
Johana:
Desarrollar una campaña como esta representa una oportunidad clave para aplicar de forma práctica todos los conceptos aprendidos ...

domingo, 3 de agosto de 2025, 11:21 — A
Raquel:
Este tipo de actividades te permite fortalecer tu creatividad estratégica y demostrar tu capacidad para crear contenido visual ...

domingo, 3 de agosto de 2025, 11:15 — A
Este proyecto te permite integrar

viernes, 1 de agosto de 2025, 16:14 — A
Maritza:
Fortalezas:
- Excelente presentación visual y estructuración general.
- Se evidencia un análisis claro del **ADN, público ...**

viernes, 1 de agosto de 2025, 10:30 — A
Catalina:
Fortalezas:
- Excelente claridad en la identidad y personalidad de la marca: cálida, cercana, femenina.
- Objetivos bien ...

viernes, 1 de agosto de 2025, 10:20 — A
Alexia:
Fortalezas:
- Excelente propuesta creativa y

LIDA CONNIE MARIN RIVERA
1077853883cc, conniemarinr@gmail.com
Fecha de vencimiento: 10 de agosto de 2025, 23:59

Comentarios (0)

Calificación
Calificación sobre 100
80
Calificación actual en el libro de calificaciones
A
Comentarios de retroalimentación

Maritza:

las diferentes graficas nos permiten analizar la campaña desde diferentes ángulos. El detalle sobre qué tipo de formato funcionó mejor en cada red social demuestra un buen criterio analítico y un conocimiento práctico de la segmentación. Además, identificar los horarios de mayor interacción es un gran aporte para optimizar la pauta y las publicaciones orgánicas. por supuesto que una campaña con mas tiempo nos puedes arrojar mas resultados para analizar, pero este primera actividad les permite familiarizarse con las plataformas y los datos que entrega.

Este tipo de ejercicios les permite ejercitar el pensamiento estratégico, tomando decisiones basadas en métricas y no en suposiciones. Para mejorar, sería ideal que en las conclusiones vinculen de forma más directa los resultados con los objetivos planteados inicialmente. Esto hará que las campañas tengan un impacto más enfocado y medible.

Calificación
Calificación sobre 100
93
Calificación actual en el libro de calificaciones
A
Comentarios de retroalimentación

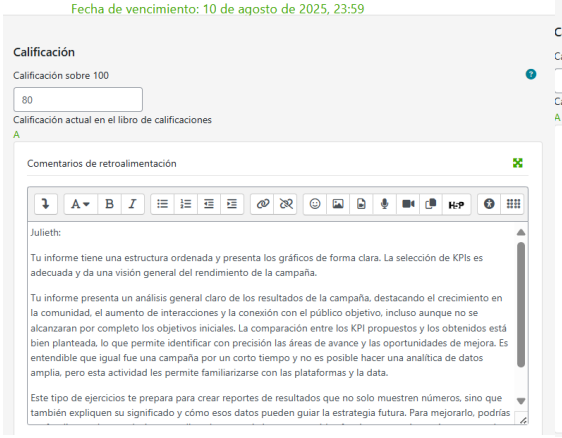
Lida:

Tu informe de KPIs para la marca *Rivers* refleja un trabajo bien estructurado y coherente con los objetivos de posicionar una propuesta de moda sostenible. Has presentado métricas clave de forma clara, complementadas con porcentajes y análisis por tipo de contenido, lo que facilita identificar fortalezas y áreas de mejora. Es un acierto incluir el rendimiento de publicaciones, historias y reels por separado, ya que esto te da una visión más precisa para optimizar la estrategia.

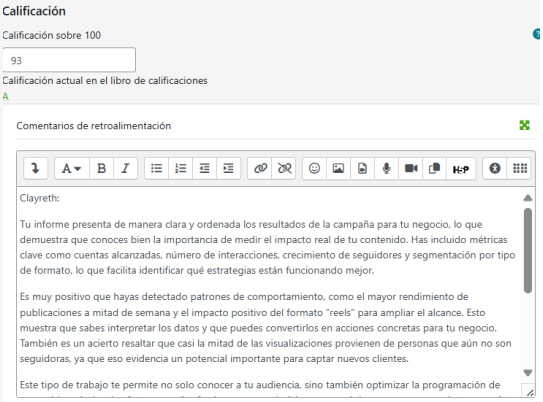
Esta primera campaña no solo te ha permitido familiarizarte con el uso de las plataformas y la interpretación de métricas, sino también comprender cómo cada formato impacta de manera distinta en la audiencia.

Este tipo de trabajo fortalece tu capacidad para analizar el rendimiento real de las publicaciones y tomar decisiones estratégicas basadas en datos concretos. De cara a futuras campañas, podrías enriquecer el análisis incorporando comparaciones entre periodos para detectar tendencias, evaluar el impacto de los cambios en

JULIETH MARIA SALAS ARRIETA
1065618914cc, callejassalasamelie@gmail.com
Fecha de vencimiento: 10 de agosto de 2025, 23:59



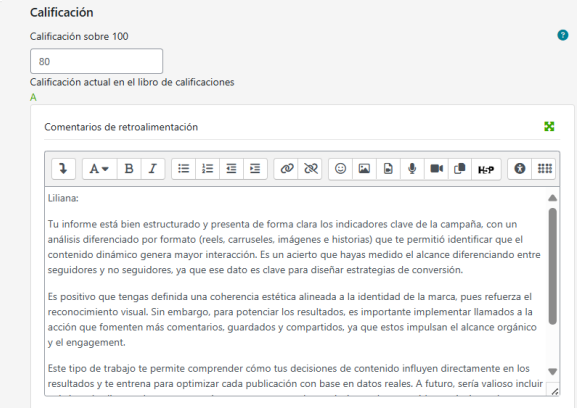
CLAYRETH DAYANA LLINAS DE LOS REYES
1043019526cc, clayllinas@gmail.com
Fecha de vencimiento: 10 de agosto de 2025, 23:59



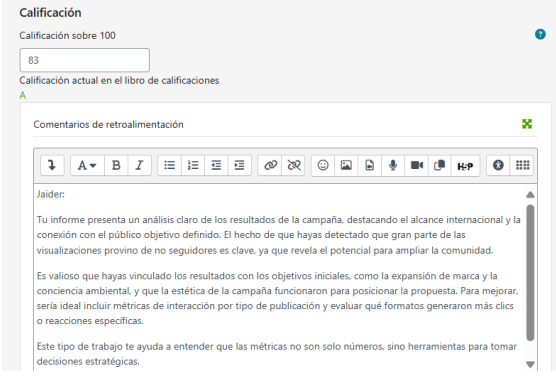
LAURA MARCELA PALACIOS BURBANO
1143842752cc, laura_910606@hotmail.com
Fecha de vencimiento: 10 de agosto de 2025, 23:59



LILIANA PAOLA TOVAR GALINDO
1002587494cc, liliana51907@hotmail.com
Fecha de vencimiento: 10 de agosto de 2025, 23:59

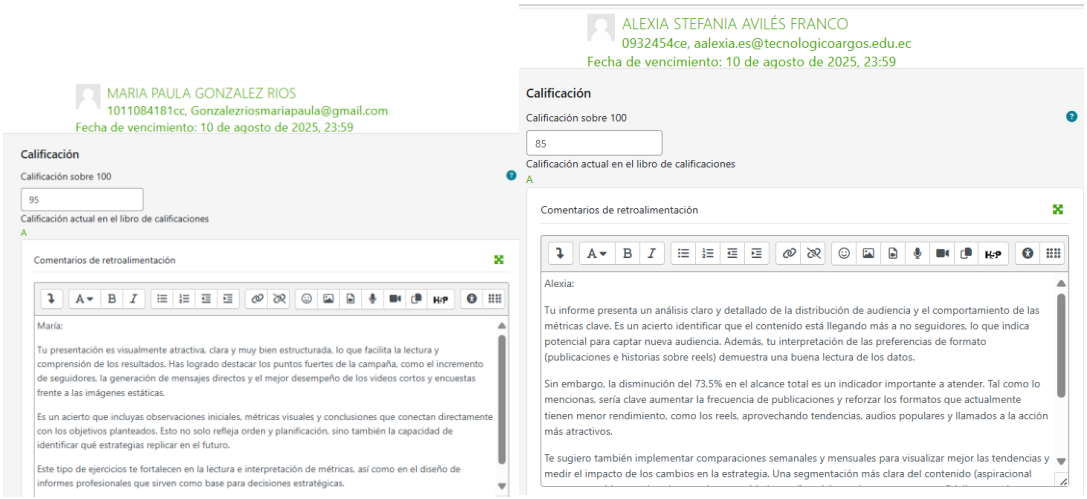


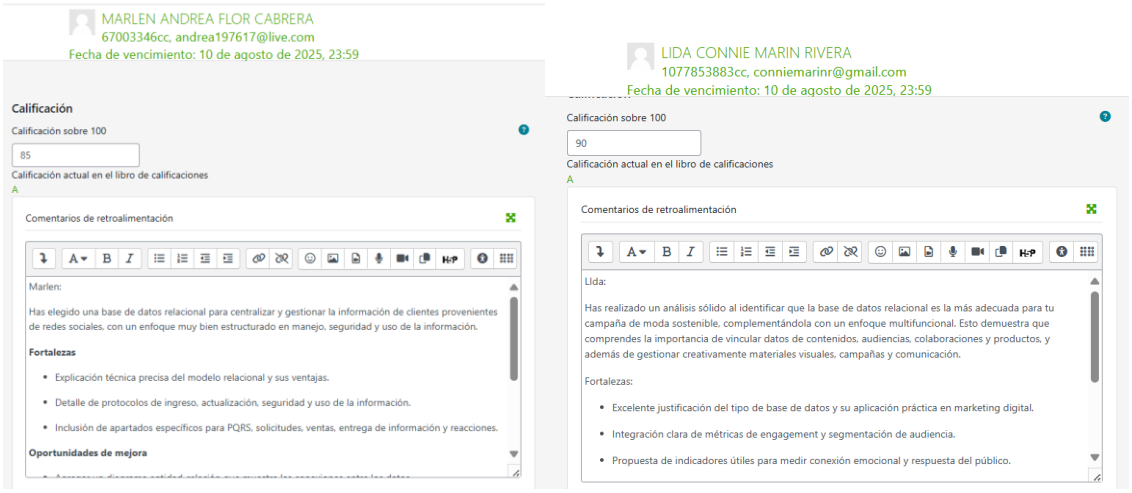
JAIDER SEBASTIAN HERNANDEZ BUITRAGO
1002366531cc, sebash13072002@gmail.com
Fecha de vencimiento: 10 de agosto de 2025, 23:59



JAROLD STIVEN GONZALEZ GONGORA
1033761603cc, jarold.gongora1994@gmail.com
Fecha de vencimiento: 10 de agosto de 2025, 23:59







5. EVALUAR LOS APRENDIZAJES PREVIOS CORRESPONDIENTES A LAS FICHAS ASIGNADAS, DE ACUERDO CON LOS PROCEDIMIENTOS, PLAZOS Y HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS QUE LA ENTIDAD DEFINA.

Evidencia: REGISTRO DE CALIFICACIONES EN LA PLATAFORMA LMS DENTRO DE LOS PLAZOS ESTABLECIDOS, EVIDENCIAS DE RETROALIMENTACIÓN ESCRITA ENTREGADA A LOS APRENDICES A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA DEL TECNICO DE MARKETING DIGITAL PARA EL SISTEMA DE LA MODA FICHA 3186205. (FOTOGRAFÍA)

Calificar A	Editar	sábado, 9 de agosto de 2025, 17:06	Hola buenas tardes	ANALISIS BASE DE DATOS DE LOS CLIENTES MARIO HERNANDEZ(1).pdf 9 de agosto de 2025, 17:06	Comentarios (0)	martes, 12 de agosto de 2025, 18:57	Jarold: Tu propuesta refleja un enfoque detallado y ordenado para la gestión de interacciones con clientes en el contexto de la marca Mari...	A
Calificar A	Editar	sábado, 9 de agosto de 2025, 20:31		base de datos.xlsx 9 de agosto de 2025, 20:30 Informe base de datos.pdf 9 de agosto de 2025, 20:26	Comentarios (0)	martes, 12 de agosto de 2025, 18:59	Raquel: Tu propuesta demuestra una comprensión clara de cómo una base de datos relacional y una orientada a documentos pueden complementar...	A
Calificar A	Editar	domingo, 10 de agosto de 2025, 11:22	BUENOS DIAS INSTRUCTURA	INFORME BASE DE DATOS DE CLIENTE.pdf 10 de agosto de 2025, 11:22	Comentarios (0)	martes, 12 de agosto de 2025, 19:03	Maritza: Has identificado correctamente que la base de datos relacional es la opción ideal para tu campaña de marketing digital en redes ...	A
Editar	domingo, 10 de agosto de 2025, 11:22	BUENOS DIAS INSTRUCTURA		INFORME BASE DE DATOS DE CLIENTE.pdf 10 de agosto de 2025, 11:22	Comentarios (0)	martes, 12 de agosto de 2025, 19:03	Maritza: Has identificado correctamente que la base de datos relacional es la opción ideal para tu campaña de marketing digital en redes ...	A
Editar	domingo, 10 de agosto de 2025, 13:41			Base_de_Datos_Clientes_Marketing_ASAF.xlsx 10 de agosto de 2025, 13:41 Informe. Base de datos de clientes GA3-210601020-AA2-EV01_ASAF.pdf 10 de agosto de 2025, 13:41	Comentarios (0)	miércoles, 13 de agosto de 2025, 07:34	Alexia: Has logrado un análisis detallado de métricas y tipos de bases de datos aplicables a la campaña, combinando datos relacionales, ...	A
Editar	domingo, 10 de agosto de 2025, 14:41	buenas tardes aquí les hago entrega del informe, muchas gracias Feliz tarde		base_datos_BLCK BONE.xlsx 10 de agosto de 2025, 14:40 informe_BLCK BONE.pdf 10 de agosto de 2025, 14:40	Comentarios (0)	miércoles, 13 de agosto de 2025, 07:36	José: Tu informe refleja un enfoque integral al combinar bases de datos relacionales, en la nube y CRM para mejorar la atención y gestión	A

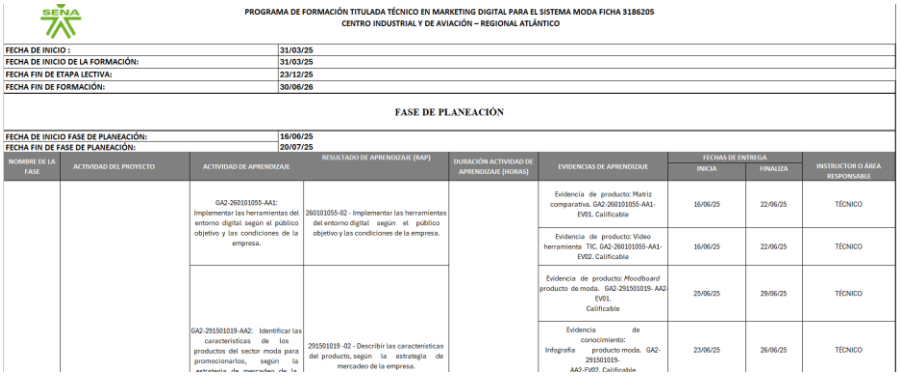
domingo, 10 de agosto de 2025, 15:17		base de datos.pdf 10 de agosto de 2025, 15:16 tabla base de datos de clientes ..pdf 10 de agosto de 2025, 15:16	Comentarios (0)	miércoles, 13 de agosto de 2025, 07:39	Laura: Has presentado una propuesta coherente y bien estructurada para manejar una base de datos relacional, con aplicación clara en ...	A
domingo, 10 de agosto de 2025, 17:25		Evidencia GA3-210601020-AA2-EV01. Informe base de datos de clientes-2.pdf 10 de agosto de 2025, 17:25	Comentarios (0)	miércoles, 13 de agosto de 2025, 09:06	Clayreth: Has optado por presentar un informe donde describes la importancia de las bases de datos en la gestión de clientes y la mejora ...	A
domingo, 10 de agosto de 2025, 18:33	Hola buenas tardes	INFORME BASE DE DATOS DE SILVIA TECHERASSI(1).pdf 10 de agosto de 2025, 18:32	Comentarios (0)	miércoles, 13 de agosto de 2025, 09:10	Dayana: tu trabajo para la marca SILVIA TCHERASSI presenta de manera clara cómo una base de datos bien gestionada y los procesos de ...	A
domingo, 10 de agosto de 2025, 22:01		Informe bases de datos de clientes.docx 10 de agosto de 2025, 22:00	Comentarios (0)	miércoles, 13 de agosto de 2025, 10:02	Leidy: La selección de una base de datos relacional para la campaña de Palma Canaria es coherente con la naturaleza de los datos que ...	A
domingo, 10 de agosto de 2025, 22:45	Buenas noches: Adjunto envió evidencia base de datos. Cordial saludo. Alejandra Onofre	BASE DE DATOS RELACIONAL.xlsx 10 de agosto de 2025, 22:45 BASE DE DATOS.pdf 10 de agosto de 2025, 22:45	Comentarios (0)	miércoles, 13 de agosto de 2025, 09:53	Alejandra: Has presentado una propuesta para la implementación de una base de datos relacional, destacando su compatibilidad con ...	A
domingo, 10 de agosto de 2025, 23:27	Buena noche	Base de datos clientes.pdf 10 de agosto de 2025, 23:27	Comentarios (0)	miércoles, 13 de agosto de 2025, 09:55	Liliana: Tu elección de una base de datos dinámica para la campaña de Trébol es acertada y está bien argumentada,	A

martes, 12 de agosto de 2025, 12:08	**Buenas Tardes Instructora le hago envio del Informe. Base de datos de clientes.** **Quedo atenta a cualquier sugerencia.**	Informe base de datos de clientes Julieth.pdf 12 de agosto de 2025, 12:08	Comentarios (0)	miércoles, 13 de agosto de 2025, 10:09	Julieth: Has combinado base de datos dinámica con relacional, lo que es una decisión estratégica para un entorno de moda cambiante y ...	A
martes, 12 de agosto de 2025, 23:28	trabajo Marlen Andrea Flor Informe. Base de datos de clientes	ANDREA floor 3.pdf 12 de agosto de 2025, 23:28	Comentarios (0)	miércoles, 13 de agosto de 2025, 10:11	Marlen: Has elegido una base de datos relacional para centralizar y gestionar la información de clientes provenientes de redes sociales, ...	A
viernes, 8 de agosto de 2025, 10:46	BUENOS DIAS INSTRUCTORA	informe de graficas de analitica.pdf 8 de agosto de 2025, 10:46	Comentarios (0)	lunes, 11 de agosto de 2025, 23:09	Maritza: las diferentes graficas nos permiten analizar la campaña desde diferentes ángulos. El detalle sobre qué tipo de formato funcionó ...	A
viernes, 8 de agosto de 2025, 12:12	se realiza envío de informes de gráficas	estadísticas .pdf 8 de agosto de 2025, 12:12	Comentarios (0)	lunes, 11 de agosto de 2025, 23:42	Lida: Tu informe de KPIs para la marca *Rivers* refleja un trabajo bien estructurado y coherente con los objetivos de posicionar una ...	A
viernes, 8 de agosto de 2025, 17:08	buena tardes profesora	Informe de gráficas de analítica digital.pdf 8 de agosto de 2025, 17:07	Comentarios (0)	lunes, 11 de agosto de 2025, 23:18	Julieth: Tu informe tiene una estructura ordenada y presenta los gráficos de forma clara. La selección de KPIs es	A

viernes, 8 de agosto de 2025, 20:56		ANÁLISIS DE GRÁFICAS DE PUBLICACIONES SIN PAUTA.pdf 8 de agosto de 2025, 20:56	Comentarios (0)	lunes, 11 de agosto de 2025, 23:32	Laura: Tu informe presenta de manera clara la introducción, los objetivos y el desarrollo de la campaña de *Sama Moda Femenina*. Es positivo...	A
sábado, 9 de agosto de 2025, 14:26	Buena Tarde	informe de gráficas de analítica digital.pdf 9 de agosto de 2025, 14:26	Comentarios (0)	martes, 12 de agosto de 2025, 16:12	Liliana: Tu informe está bien estructurado y presenta de forma clara los indicadores clave de la campaña, con un análisis diferenciado por...	A
sábado, 9 de agosto de 2025, 20:20		informe graficas.pdf 9 de agosto de 2025, 20:20	Comentarios (0)	martes, 12 de agosto de 2025, 16:15	Raquel: Tu presentación refleja un buen manejo de métricas comparativas entre Facebook e Instagram, lo que facilita ver las fortalezas y ...	A
domingo, 10 de agosto de 2025, 13:07		Informe de gráficas de analítica digital GA3-260101055-AA1-EV02_ASAF.pdf 10 de agosto de 2025, 13:07	Comentarios (0)	martes, 12 de agosto de 2025, 17:13	Alexia: Tu informe presenta un análisis claro y detallado de la distribución de audiencia y el comportamiento de las métricas clave. Es un...	A
domingo, 10 de agosto de 2025, 14:12	Buenas tardes aquí les hago entrega de las graficas, muchas gracias Feliz tarde	facebook_stats.png 10 de agosto de 2025, 14:11 instagram_stats.png 10 de agosto de 2025, 14:11	Comentarios (0)	martes, 12 de agosto de 2025, 16:36	Jose: El trabajo esta muy incompleto, tenias que entregar un informe en donde adjuntabas las graficas y hacías un análisis. Se esperaba un...	D
Calificar A	Editar	domingo, 10 de agosto de 2025, 23:17	hola profesora hago envió del informe de gráficas de analítica digital	informe grafica analitica Laura Mendoza .pdf 10 de agosto de 2025, 23:16	Comentarios (0)	martes, 12 de agosto de 2025, 17:52	Laura: Tu informe está bien estructurado y presenta un análisis claro del crecimiento de seguidores, la interacción y el rendimiento de ...	A
Calificar D	Editar	domingo, 10 de agosto de 2025, 23:33	trabajo Marlen Andrea Flor informe de graficas de analitica	Black and White Blank Note Document.pdf 10 de agosto de 2025, 23:33	Comentarios (1)	martes, 12 de agosto de 2025, 16:52	Marlen, El trabajo esta incompleto, tenias que hacer un informe que incluyera introducción, kpi, graficas, análisis y conclusiones. revisa...	D
Calificar A	Editar	domingo, 10 de agosto de 2025, 23:47		Análisis de campaña.pdf 10 de agosto de 2025, 23:46	Comentarios (0)	martes, 12 de agosto de 2025, 17:55	Alisson: Tu informe presenta de forma clara los resultados de la campaña y las acciones implementadas. Es positivo que hayas detallado el ...	A

6. OBLIGACIÓN: REALIZAR EL ALISTAMIENTO DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A ORIENTAR TENIENDO EN CUENTA: AMBIENTES, NÚMERO DE APRENDICES, DISPONIBILIDAD DE EQUIPOS, MODALIDAD DE FORMACIÓN, Y DURACIONES ESTABLECIDAS EN LAS GUÍAS DE APRENDIZAJE PARA EL LOGRO DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL PROGRAMA.

EVIENCIA: PLANEACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE LAS FASES DE PLANEACIÓN Y EJECUCIÓN, ALISTAMIENTO DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE. CURSO DE MARKETING DIGITAL PARA EL SISTEMA DE LA MODA, FICHA 3186205. (FOTOGRAFÍA)



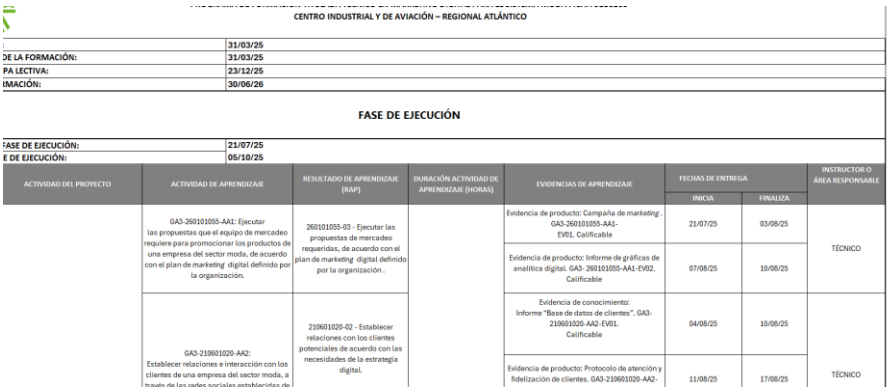
PROGRAMA DE FORMACIÓN TITULADA TÉCNICO EN MARKETING DIGITAL PARA EL SISTEMA MODA FICHA 3186205
CENTRO INDUSTRIAL Y DE AVIACIÓN – REGIONAL ATLÁNTICO

FECHA DE INICIO :	31/03/25
FECHA DE INICIO DE LA FORMACIÓN:	31/03/25
FECHA FIN DE ETAPA LECTIVA:	23/12/25
FECHA FIN DE FORMACIÓN:	30/06/26

FASE DE PLANEACIÓN

FECHA DE INICIO FASE DE PLANEACIÓN:	16/06/25
FECHA FIN DE FASE DE PLANEACIÓN:	20/07/25

NOMBRE DE LA FASE	ACTIVIDAD DEL PROYECTO	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	RESULTADO DE APRENDIZAJE (RAP)	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)	EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE	FECHAS DE ENTREGA		INSTRUCTOR O ÁREA RESPONSABLE
						INICIA	FINALIZA	
		GA2-260101055-AA1: Implementar las herramientas del entorno digital según el público objetivo y las condiciones de la empresa.	260101055-02 - Implementar las herramientas del entorno digital según el público objetivo y las condiciones de la empresa.		Evidencia de producto: Matriz comparativa. GA2-260101055-AA1-EV01. Calificable	16/06/25	22/06/25	TÉCNICO
					Evidencia de producto: Video herramienta TIC. GA2-260101055-AA1-EV02. Calificable	16/06/25	22/06/25	TÉCNICO
		GA2-291501019-AA2: Identificar las características de los productos del sector moda para promocionarlos, según la	291501019 -02 - Describir las características del producto, según la estrategia de mercadeo de la empresa.		Evidencia de producto: Moodboard producto de moda. GA2-291501019- AA2-EV01. Calificable	25/06/25	29/06/25	TÉCNICO
					Evidencia de conocimiento: Infografía producto moda. GA2-291501019- AA2-Ev02. Calificable	23/06/25	26/06/25	TÉCNICO



CENTRO INDUSTRIAL Y DE AVIACIÓN – REGIONAL ATLÁNTICO

	31/03/25
DE LA FORMACIÓN:	31/03/25
PA LECTIVA:	23/12/25
MACIÓN:	30/06/26

FASE DE EJECUCIÓN

FASE DE EJECUCIÓN:	21/07/25
E DE EJECUCIÓN:	05/10/25

ACTIVIDAD DEL PROYECTO	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	RESULTADO DE APRENDIZAJE (RAP)	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)	EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE	FECHAS DE ENTREGA		INSTRUCTOR O ÁREA RESPONSABLE
					INICIA	FINALIZA	
	GA3-260101055-AA1: Ejecutar las propuestas que el equipo de mercadeo requiere para promocionar los productos de una empresa del sector moda, de acuerdo con el plan de marketing digital definido por la organización.	260101055-03 - Ejecutar las propuestas de mercadeo requeridas, de acuerdo con el plan de marketing digital definido por la organización .		Evidencia de producto: Campaña de marketing . GA3-260101055-AA1-EV01. Calificable	21/07/25	03/08/25	TÉCNICO
				Evidencia de producto: Informe de gráficas de analítica digital. GA3- 260101055-AA1-EV02. Calificable	07/08/25	10/08/25	
	GA3-210601020-AA2: Establecer relaciones e interacción con los clientes de una empresa del sector moda, a	210601020-02 - Establecer relaciones con los clientes potenciales de acuerdo con las necesidades de la estrategia digital.		Evidencia de conocimiento: Informe "Base de datos de clientes". GA3-210601020-AA2-EV01. Calificable	04/08/25	10/08/25	
				Evidencia de producto: Protocolo de atención y fidelización de clientes. GA3-210601020-AA2-	11/08/25	17/08/25	TÉCNICO

- **Evidencia GA3-260101055-AA1-EV01. Campaña de *marketing***

El *marketing* digital posee diversas herramientas para llevar a cabo el plan propuesto según los objetivos establecidos por una marca en el entorno digital. Entre las herramientas se encuentra un sitio web, un *blog*, un *e-mail marketing*, un *social media*, el posicionamiento en motores de búsqueda o la publicidad *online*. A partir de estas herramientas se define una ruta de navegación para lograr los resultados propuestos según la finalidad deseada.

Por ello, es importante llevar a cabo un plan de *marketing* digital, que es el plan de ruta para la consecución de una meta determinada, lo que permite un enfoque más preciso en la centralización de todos los esfuerzos por un único objetivo y fomenta la creatividad en la búsqueda de los mejores mecanismos para su desarrollo. Seguido a esto es posible desarrollar una campaña de *marketing* digital, la cual se podría catalogar como la puesta en marcha de todo lo propuesto en la estrategia determinada y el plan.

Por lo anterior, se sugiere consultar en el componente de formación los pasos para realizar un plan de *marketing* digital, el cual será el insumo para el desarrollo de una campaña de *marketing* digital.

Ahora, es momento de dedicar un tiempo al desarrollo de la evidencia esperada:

1. El instructor elegirá una marca del sector moda para cada aprendiz, a partir de esta, cada uno debe planear una campaña de *marketing* digital para dicha marca, teniendo en cuenta el caso que se presenta a continuación.

Caso

¿Qué es lo que debes hacer en esta actividad?

Se te asignará **una marca del sector moda** **y debes revisar el caso planteado en la guía de aprendizaje** . Con base en esa marca, debes **crear una campaña de marketing digital**, siguiendo un caso específico: una empresa de moda que fabrica sus productos con **material reciclado recogido del mar**, lo que le da un enfoque ecológico, innovador y con compromiso ambiental.

*** Debes **crear una fanpage en Facebook** y una **cuenta empresarial en Instagram** para publicar tu campaña. Estas redes serán el espacio donde implementarás y probarás tu estrategia digital. (Además que la vamos a usar para la siguiente actividad de Informe de gráficas de analítica digital)

Objetivo de la actividad

Diseñar y presentar una campaña de marketing digital efectiva, aplicando estrategias, herramientas y conocimientos adquiridos, con un enfoque en:

- Aumentar ventas
- ampliar su público
- Mejorar el posicionamiento de la marca.
- Promover la sostenibilidad.
- Definir acciones digitales concretas.

📌 ¿Qué debes hacer paso a paso?

1. Análisis inicial del caso

- Lee y comprende el caso propuesto.
- Analiza la **marca del sector moda elegido**.
- Identifica las **características sostenibles** del producto (ropa hecha de plástico reciclado).
- Considera que la marca busca **expandirse digitalmente** manteniendo una imagen **fresca y ecoamigable**.



🔴🔴🔴 INFORMACIÓN ADICIONAL PARA LA EVIDENCIA "CAMPAÑA DE MARKETING"
de YULIANA LIZETH FUENTES ACOSTA - domingo, 27 de julio de 2025, 12:11

Estimados aprendices:

Quiero informarles que el plazo para entregar la evidencia "campaña publicitaria" ha sido **ampliado hasta el domingo 3 de agosto**. Esta decisión se toma porque sé que este trabajo requiere ya que **representa una actividad clave en la que ponen en práctica lo aprendido durante el proceso de formación.**

🧠 **Quiero que realicen esta evidencia con compromiso y detalle**, como si fuera un proyecto real que podría impulsar su presencia digital o futura carrera profesional.

🔴🔴🔴 **IMPORTANTE🔴🔴🔴:** Si estás desarrollando la actividad con una **marca real asignada**, preferiblemente **crear un nombre ficticio en las publicaciones que hagas en las redes** pa negocio original.
🖍️ Además, al final de la descripción de cada publicación en redes sociales, **debes incluir la siguiente nota aclaratoria:**

"Actividad de trabajo de formación"

🔴🔴***Cantidad sugerida MINIMA DE LAS PUBLICACIONES***
📲 *Publicaciones en el feed (Instagram y Facebook):*
1 video tipo Reel

1 carrusel informativo

1 imagen/post estático (con mensaje claro o promocional)

💬 *Historias (stories):*
Al menos 3 historias
(Pueden ser lanzamientos, encuestas, detrás de cámara, promoción del reel, etc.)

Presentación: Interacción con clientes para el proceso de venta + Instrucciones para la evidencia de base de datos

Yuliana <instructorasenayuliana@gmail.com> Wed, Aug 6, 10:16 PM (8 days ago)
to ilyteama, Danna, heydyjulietharaquegomez, angela.ardila0711, djgarcia, arrietayulissa63, AVILES, dapamuvi1512, Luis, valeria, dianakbuitrago, ivonne, Liz, Kay, toninacouture, carolina, Sofi, instructor.josecotes, Alexanc

Estimados aprendices.

Adjunto encontrarán la presentación **"Interacción con clientes para el proceso de venta"**.

Esta presentación contiene los conceptos fundamentales sobre la atención al cliente en entornos digitales, el proceso de venta paso a paso, los tipos de ventas, la comunicación asertiva, redacción efectiva y clave para su formación.

Importante:
Dentro de esta presentación también se explica con claridad en qué consiste la **evidencia GA3-210601020-AA2-EV01: Informe de base de datos de clientes**, incluyendo:

- Qué tipo de datos deben recolectar.
- Cómo organizar la información proveniente de redes sociales o sitios web.
- Y cómo elaborar el informe que acompañará su base de datos.

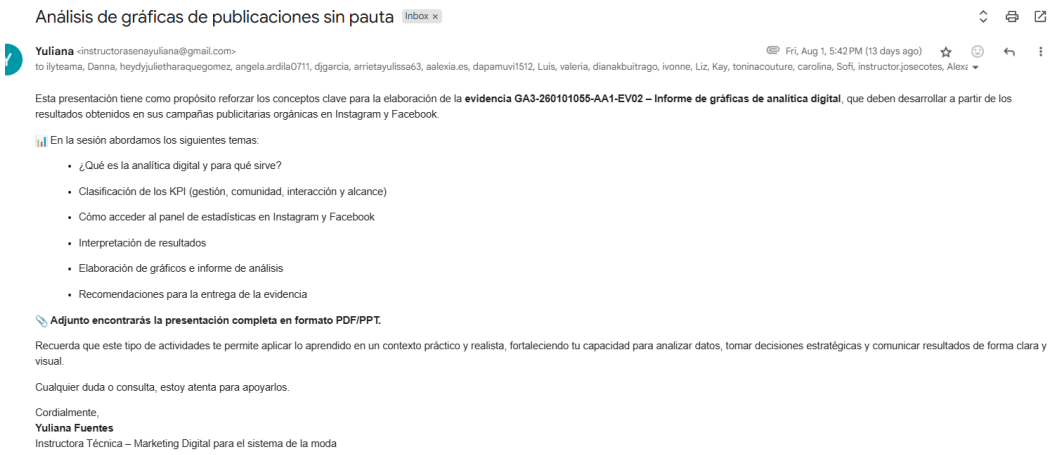
Les recomiendo revisar la presentación con atención y tomar nota de los ejemplos y orientaciones que se han incluido para facilitar el desarrollo de esta evidencia.

Cualquier duda, estaré atenta para apoyarlos.

Saludos,

Yuliana Fuentes
Instructora Técnica

Marketing digital para el sistema de la moda ficha 3186205



Análisis de gráficas de publicaciones sin pauta Inbox ×

Yuliana <instructorasenayuliana@gmail.com> Fri, Aug 1, 5:42 PM (13 days ago)
to ilyteama, Danna, heydyjulietharaquegomez, angela.ardila0711, djgarcia, arrietayulissa63, aalexia.es, dapamuvi1512, Luis, valeria, dianakbuitrago, ivonne, Liz, Kay, toninacouture, carolina, Sofi, instructor.josecotes, Alexa

Esta presentación tiene como propósito reforzar los conceptos clave para la elaboración de la **evidencia GA3-260101055-AA1-EV02 – Informe de gráficas de analítica digital**, que deben desarrollar a partir de los resultados obtenidos en sus campañas publicitarias orgánicas en Instagram y Facebook.

📊 En la sesión abordamos los siguientes temas:

- ¿Qué es la analítica digital y para qué sirve?
- Clasificación de los KPI (gestión, comunidad, interacción y alcance)
- Cómo acceder al panel de estadísticas en Instagram y Facebook
- Interpretación de resultados
- Elaboración de gráficos e informe de análisis
- Recomendaciones para la entrega de la evidencia

📎 **Adjunto encontrarás la presentación completa en formato PDF/PPT.**

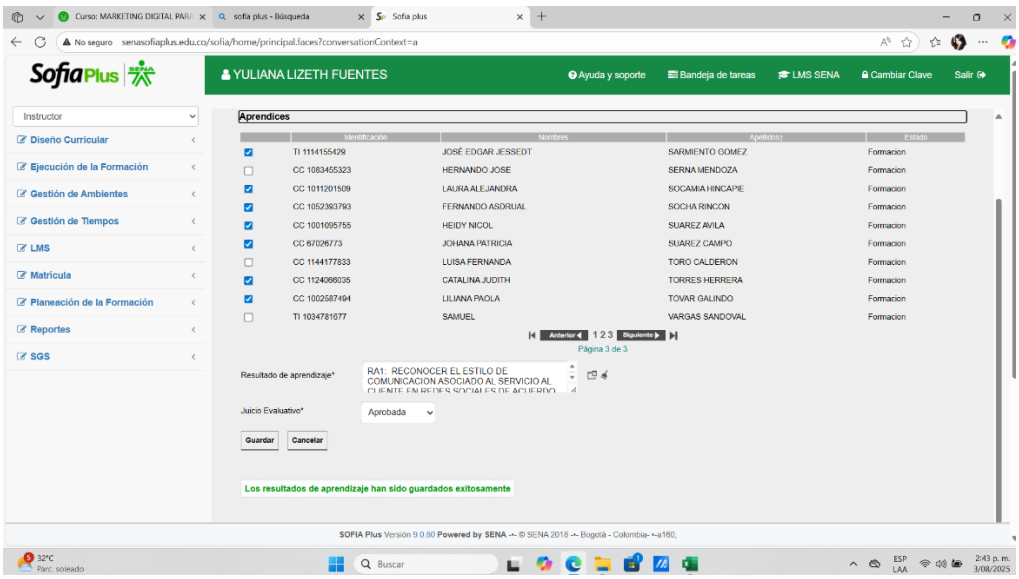
Recuerda que este tipo de actividades te permite aplicar lo aprendido en un contexto práctico y realista, fortaleciendo tu capacidad para analizar datos, tomar decisiones estratégicas y comunicar resultados de forma clara y visual.

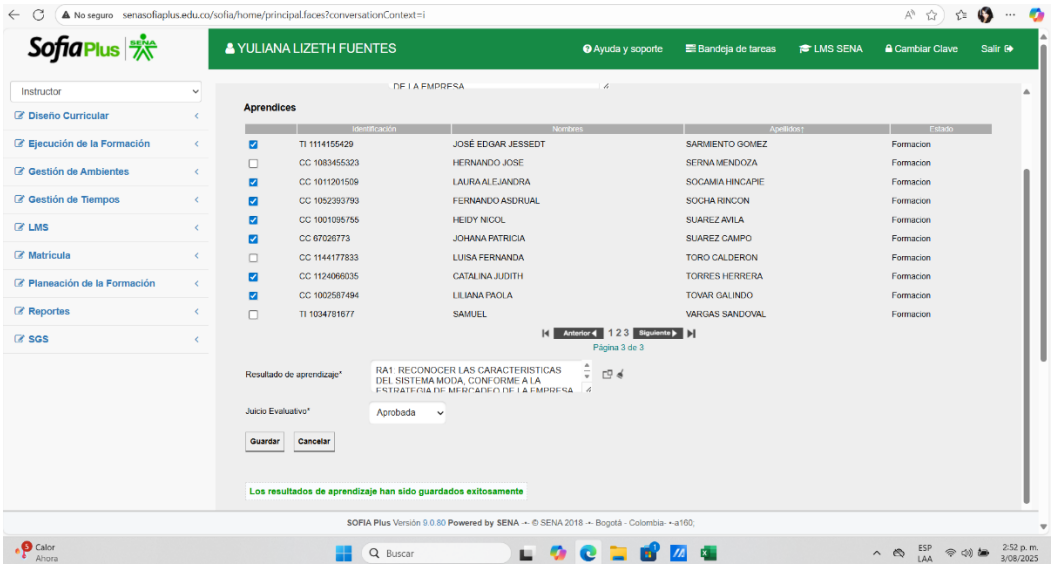
Cualquier duda o consulta, estoy atenta para apoyarlos.

Cordialmente,
Yuliana Fuentes
Instructora Técnica – Marketing Digital para el sistema de la moda

7. **OBLIGACIÓN:** REPORTAR EN EL SISTEMA SOFIA PLUS EN UN PLAZO MÁXIMO DE 3 DÍAS, TODAS LAS ACTIVIDADES DE ACUERDO CON LOS PROCESOS QUE SON DE SU RESPONSABILIDAD, GARANTIZANDO LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN Y SU COHERENCIA CON EL PROCESO FORMATIVO, TALES COMO: REGISTRO DE LOS JUICIOS EVALUATIVOS, CREACIÓN DE RUTAS Y ASOCIACIÓN DE APRENDICES, REGISTRO DE JUICIOS EVALUATIVOS DEL RECONOCIMIENTO DE APRENDIZAJES PREVIOS, CIERRE DE FICHAS.

EVIDENCIA: REGISTRO DE LOS APRENDICES APROBADOS/NO APROBADOS EN LA PLATAFORMA SOFIA DENTRO DE LOS PLAZOS ESTABLECIDOS DEL TECNICO DE MARKETING DIGITAL PARA EL SISTEMA DE LA MODA FICHA 3186205. (FOTOGRAFÍA)




No seguro senasofiaplus.edu.co/sofia/home/principal.faces?conversationContext=i
SofiaPlus
YUILIANA LIZETH FUENTES
Ayuda y soporte
Bandeja de tareas
LMS SENA
Cambiar Clave
Salir
Instructor
Diseño Curricular
Ejecución de la Formación
Gestión de Ambientes
Gestión de Tiempos
LMS
Matrícula
Planeación de la Formación
Reportes
SGS
Aprendices
Identificación
Nombres
Apellidos
Estado
TI 1111155429 JOSÉ EDGAR JESSEDT SARMIENTO GOMEZ Formacion
CC 1083455323 HERNANDO JOSE SERNA MENDOZA Formacion
CC 1011201509 LAURA ALEJANDRA SOCAMIA HINCAPIE Formacion
CC 1052393793 FERNANDO ASDRUAL SOCHA RINCON Formacion
CC 1001095755 HEIDY NICOL SUAREZ AVILA Formacion
CC 67026773 JOHANA PATRICIA SUAREZ CAMPO Formacion
CC 1144177833 LUISA FERNANDA TORO CALDERON Formacion
CC 1124066035 CATALINA JUDITH TORRES HERRERA Formacion
CC 1002587494 LILIANA PAOLA TOVAR GALINDO Formacion
TI 1034781677 SAMUEL VARGAS SANDOVAL Formacion
Anterior 1 2 3 Siguiente
Página 3 de 3
Resultado de aprendizaje*
RA1. RECONOCER LAS CARACTERISTICAS DEL SISTEMA MODA, CONFORME A LA
Juicio Evaluativo*
Aprobada
Guardar
Cancelar
Los resultados de aprendizaje han sido guardados exitosamente
SOFIA Plus Versión 9.0.80 Powered by SENA -- © SENA 2018 -- Bogotá - Colombia-
Calor
Ahora
Buscar
ESP
LAA
2:52 p. m.
3/08/2025