DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA

CÓDIGO:	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA
12410006	FORMULACION DEL PLAN DE MARKETING
VERSIÓN: 1	SECTOR DEL PROGRAMA: COMERCIO
Vigencia del Programa	Fecha inicio Programa: 17/11/2022 Fecha Fin Programa: El programa aún se encuentra vigente
DURACIÓN MÁXIMA	48 horas

JUSTIFICACIÓN:

Las empresas y negocios, sin importar su tamaño, requieren un plan de mercadeo que los impulse hacia el crecimiento y logro de sus objetivos y propósitos comerciales que integre aspectos como: situación del mercado, amenazas y oportunidades, objetivos, estrategias de marketing, programas de acción, presupuestos y mecanismos de seguimiento al mismo. El plan inicia con un resumen ejecutivo que contempla las principales valoraciones, metas y recomendaciones para su implementación. La sección principal del plan presenta un análisis detallado de la situación actual del marketing con sus amenazas y oportunidades potenciales, seguidamente, se establecen los objetivos y se trazan las particularidades de la estrategia con el fin de alcanzar el éxito (Kotler, 2019).

De esta forma, la Agencia Colombiana de Marketing Digital Branch (2018), asegura que crear un plan de marketing es muy importante porque ayuda a cuantificar los triunfos y desaciertos de la empresa, en cuanto a la rentabilidad (ROI) y el impacto de las relaciones con los clientes potenciales (IOR). De la misma manera, ante las vertiginosas transformaciones que ocurren en el mercado, un plan de mercadeo ayudará a saber en qué punto es necesario cambiar o no, tomar una determinada acción. En complemento y en cuanto a la sostenibilidad del ecosistema empresarial colombiano, en el Congreso Anual de Confecámaras 2022, el presidente de la organización manifestó que lo que queremos en el congreso es que las voces de las regiones, de los empresarios, del Gobierno y de los expertos confluyan en resolver cómo las compañías pueden crecer más y ser más sostenibles en el tiempo, afirmación que coincide con las búsquedas y pretensiones de un plan de mercadeo. (Portafolio, 2022).

Desde esta perspectiva, el Servicio Nacional de Aprendizaje -SENA- ofrece el Programa de Formación Complementaria Formulación del Plan de Marketing, como una oportunidad de entregar a las personas dedicadas a la actividad empresarial en cargos relacionados con mercadeo, las competencias necesarias para estructurar un plan de mercadeo que incida en la creación de valor de sus marcas, productos y clientes.

Referentes Bibliográficos:

-Gómez, C. (2022). 4 de septiembre de 2022. El 14 % de microempresas en Colombia ha dado el salto a pymes. https://www.portafolio.co/opinion/julian-dominguez-rivera
- Kotler, P. (2019). Fundamentos de marketing. Pearson educación. México.
-Rosgaby, K. (2018). 3 de marzo de 2018. Plan de marketing: ¿De qué se trata y cuál es su importancia para las empresas? Branch. https://branch.com.co/marketing-digital/plan-de-marketing-de-que-trata-y-cual-es-su-importancia-para-las-empresas/#:~:text=De%20esta%20forma%2C%20crear%20un,tus%20clientes%20potenciales%20(IOR).

Modelo de Mejora Continua	LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA CLIENTE RED TECNOLÓGICA VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN
REQUISITOS DE INGRESO:	Aquellos que defina el Centro de Formación. Tener conocimientos previos en mercadeo y ventas, servicio al cliente, así como un manejo básico de TIC.
ESTRATEGIA METODOLÓGICA:	Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en el utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias. Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el que hacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento: El Instructor - Tutor El entorno Las TIC El trabajo colaborativo

COMPETENCIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN
260101009	Evaluar estrategias de mercadeo de acuerdo con objetivos comerciales

ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA
DENOMINACIÓN
Establecer el impacto de las acciones estratégicas de mercadeo
Elaborar informe de resultados
Establecer el impacto de las acciones estratégicas de mercadeo
Elaborar informe de resultados

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE
DESCRIPCIÓN
RAP 2-FORMULAR PLAN DE MARKETING DE ACUERDO CON ANÁLISIS SITUACIONAL.
RAP 3- DEFINIR PROCEDIMIENTO DE AUDITORÍA DE MERCADEO DE ACUERDO CON HERRAMIENTAS TÉCNICAS Y CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
RAP 1- ANALIZAR COMPONENTES DEL PLAN TENIENDO EN CUENTA VARIABLES DE MERCADEO Y NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.

3. CONOCIMIENTOS

3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

RAP 1
-PLAN: CONCEPTO, MODELOS, HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS.
-MERCADEO: CONCEPTO, PRINCIPIOS, VARIABLES DEL MIX, OBJETIVO, BENEFICIOS, CARACTERÍSTICAS, ESTRUCTURA, SEGMENTACIÓN.
-EMPRESA: RESEÑA HISTÓRICA, PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO, PORTAFOLIO, FUENTES DE INFORMACIÓN.
-HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE MERCADEO: CONCEPTO, TIPOS, APLICACIÓN.
-MATRIZ DOFA: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, COMPONENTES, TÉCNICA DE ELABORACIÓN
-ANÁLISIS PESTEL, CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, COMPONENTES, TÉCNICA DE ELABORACIÓN
-ANÁLISIS VECTORIAL DE CRECIMIENTO DE LA EMPRESA (MATRIZ DE ANSOFF) CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, COMPONENTES, TÉCNICA DE ELABORACIÓN
RAP 2
-OBJETIVO: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, CLASES, CONSTRUCCIÓN.
-ESTRATEGIA: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, CLASES. CONSTRUCCIÓN
-TÁCTICA: CONCEPTO, CLASES, CONSTRUCCIÓN
-PRESUPUESTO: CONCEPTO, CLASES, TÉCNICA DE ELABORACIÓN.
-CRONOGRAMA: CONCEPTO, CLASES, TÉCNICA DE ELABORACIÓN
RAP 3
-ÍNDICES DE GESTIÓN: CONCEPTO, CLASES, TÉCNICA DE ELABORACIÓN, INTERPRETACIÓN.
-AUDITORÍA DE MERCADEO: CONCEPTO, FASES.
-MEJORA CONTINUA: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, PROCESO

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO

RAP 1
-RECONOCER ESTRUCTURA DEL PLAN DE MERCADEO.
-RECOGER DATOS ESTRATÉGICOS DE LA EMPRESA.
-INTEGRAR LA INFORMACIÓN NECESARIA PARA EL ANÁLISIS.
-APLICAR MÉTODO DE ANÁLISIS SITUACIONAL.
RAP 2
-ELABORAR OBJETIVOS.
-DISEÑAR ESTRATEGIAS.
-ELABORAR TÁCTICAS.
-PROPONER EL PRESUPUESTO.
-DEFINIR EL CRONOGRAMA.
RAP 3
-ELABORAR ÍNDICES DE GESTIÓN.
-PROPONER CRITERIOS DE MEJORA CONTINUA.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RAP 1
-DETERMINA PROCEDIMIENTO PARA CONSTITUIR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
-UTILIZA HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE MERCADEO DE ACUERDO CON NECESIDADES DEL PLAN.
-CONSOLIDA LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA TENIENDO EN CUENTA DIFERENTES MÉTODOS DE ANÁLISIS.
RAP 2
-ELABORA PLAN DE MARKETING DE ACUERDO CON ANÁLISIS SITUACIONAL Y OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.
-SUSTENTA PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA EMPRESA.
RAP 3

-PLANTEA PROCESOS DE MEJORA ACORDES CON ÍNDICES DE GESTIÓN Y OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.

5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos	ALTERNATIVA 1. TÍTULO DE TECNÓLOGO EN EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO DE: MERCADEO, ADMINISTRACIÓN O ECONOMÍA O INGENIERÍA INDUSTRIAL Y AFINES; O PUBLICIDAD Y AFINES ALTERNATIVA 2. TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO DE: MERCADEO, ADMINISTRACIÓN O ECONOMÍA; O INGENIERÍA INDUSTRIAL
Competencias mínimas	COMPETENCIAS COMUNES (RES. 1458 DE 2017): ORIENTACIÓN A RESULTADOS. ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO. TRANSPARENCIA. COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN. COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1382 DE 2018 ANEXO 2): PLANEACIÓN PARA LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN. APRENDIZAJE CONTINUO. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN. ADAPTABILIDAD AL CAMBIO. LIDERAZGO EN GRUPOS DE TRABAJO. TOMA DE DECISIONES. ADICIONALMENTE LA NORMATIVA SENA VIGENTE AL MOMENTO DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA.
Experiencia laboral y/o especialización	ALTERNATIVA 1. TREINTA (30) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DIECIOCHO (18) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE MERCADEO Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA. ALTERNATIVA 2. VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE MERCADEO Y

CONTROL DEL DOCUMENTO

	NOMBRE	CARGO	DEPENDENCIA / RED	FECHA
Responsable del diseño	CATALINA HERNANDEZ PALACIO	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO DE COMERCIO. REGIONAL ANTIOQUIA	18/10/2022

Responsable del diseño	IVAN VELEZ VILLEGAS	APROBAR ANALISIS	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	18/10/2022
Responsable del diseño	CARLOS ALBERTO VALENCIA	INSTRUCTOR EXPERTO	null. REGIONAL RISARALDA	20/10/2022
Responsable del diseño	CLAUDIA PATRICIA MUÑOZ	PROFESIONAL DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN CURRICULAR	CENTRO DE GESTION TECNOLÓGICA DE SERVICIOS. REGIONAL VALLE	20/10/2022
Responsable del diseño	ORLANDO OLIVA	PROFESIONAL DINAMIZADOR DE RED	null. REGIONAL DISTRITO CAPITAL	20/10/2022
Responsable del diseño	LUIS ALBERTO ARDILA	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO DE TECNOLOGIAS PARA LA CONSTRUCCION Y LA MADERA. REGIONAL	20/10/2022
Responsable del diseño	IVAN VELEZ VILLEGAS	ACTIVAR PROGRAMA	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	17/11/2022
Aprobación	IVAN VELEZ VILLEGAS		CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	17/11/2022

DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA

CÓDIGO:	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA
63310028	EMPRENDEDOR EN DESARROLLO DE ACTIVIDADES TURISTICAS EN ESPACIOS NATURALES
VERSIÓN: 2	SECTOR DEL PROGRAMA: SERVICIOS
Vigencia del Programa	Fecha inicio Programa: 05/02/2021 Fecha Fin Programa: El programa aún se encuentra vigente
DURACIÓN MÁXIMA	288 horas
JUSTIFICACIÓN:	El programa de formación Complementario emprendedor en desarrollo de actividades turísticas en espacios naturales da respuesta a las necesidades de formación del sector turístico y hotelero, con capacidad para crear unidades productivas para adaptarse a las condiciones económicas, políticas y sociales del país. El programa de formación permite el desarrollo de conocimientos y habilidades para el sector hotelero y turístico del país, con calidad, pertinencia y eficiencia, aportando a la economía regional y fortaleciendo el turismo en las regiones. El SENA a través del Programa SENA Emprende Rural, propone al país el desarrollo de acciones que permitan desarrollar competencias técnicas, emprendedoras y empresariales en la población rural, fortalecer a los pequeños productores para su inserción en las cadenas productivas del campo colombiano, creando, acompañando y fortaleciendo iniciativas productivas rurales que generen ingresos, trabajo y aporten a la productividad, así como el promover la generación de ideas de negocios orientados a la recuperación de recursos y el autoconsumo, aportando a la formalización del sector rural mediante la creación de empresas rurales, propendiendoa a la creación y fortalecimiento de procesos asociativos, siendo el programa un dinamizador de la generación de empleo e ingresos en la ruralidad del país.
REQUISITOS DE INGRESO:	Jóvenes rurales de 15 a 28 años, niveles 1,2 y 3 del SISBEN. Población rural vulnerable sin límite de edad. Pequeños y medianos productores agropecuarios.
ESTRATEGIA METODOLÓGICA:	Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en el utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias. Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el que hacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento: El instructor - Tutor El entorno Las TIC El trabajo colaborativo.

COMPETENCIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN
240201533	Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales

ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA
DENOMINACIÓN
Fortalecer habilidades emprendedoras
Establecer competencias emprendedoras personales
Determinar las características negociadoras
Estructurar los componentes del proyecto emprendedor

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE
DESCRIPCIÓN
24020153301 ESTABLECER CARACTERÍSTICAS Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS PERSONALES DE ACUERDO CON SUS POTENCIALIDADES, OBJETIVOS Y EL ENTORNO.
24020153303 EMPLEAR CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA SEGÚN ESTRATEGIA EMPRENDEDORA.
24020153304 RELACIONAR LA IMPORTANCIA DE LA NEGOCIACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO SEGÚN LAS NECESIDADES Y ELEMENTOS DE LA NEGOCIACIÓN.
24020153302 APROPIAR EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES PERSONALES EN SU COTIDIANIDAD, SEGÚN EL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR.

3. CONOCIMIENTOS

3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

RA 1
EMPRENDEDOR: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, COMPORTAMIENTO, COMPETENCIAS.
OBJETIVOS PERSONALES: MOTIVACIONES, METAS, PROPÓSITO DE VIDA.
RESPONSABILIDAD EMPRENDEDORA: CONCEPTO, DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD.

RA 2
BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN: TÉCNICAS, ESTRATEGIAS.
PROCESO TOMA DE DECISIONES: CONCEPTO, ETAPAS DEL PROCESO.
ANÁLISIS DE RIESGO: TÉCNICAS.

ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS: CONCEPTO, TÉCNICAS.
FIJACIÓN DE METAS: CRITERIOS.

RA 3
CREATIVIDAD: CONCEPTO
INNOVACIÓN: CONCEPTO, TIPOS.
BÚSQUEDA DE OPORTUNIDADES: TÉCNICAS
ESTRATEGIA: CONCEPTO, ESTRUCTURA Y PASOS.
PLAN DE ACCIÓN: CONCEPTO, ELEMENTOS, FORMULACIÓN.

RA 4
NEGOCIACIÓN: CONCEPTO, TÉCNICAS, TIPOS, ELEMENTOS.
RESPONSABILIDAD EMPRENDEDORA: DIMENSIONES.

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO

RA 1
DESCRIBIR LOS ELEMENTOS DEL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR.
RECONOCER LAS CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS PERSONALES.
ASOCIAR LAS COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS AL LOGRO DE OBJETIVOS PERSONALES.
RELACIONAR LOS ELEMENTOS DE LA RESPONSABILIDAD EMPRENDEDORA CON SITUACIONES DE LA COTIDIANIDAD.

RA 2
IDENTIFICAR LOS CONCEPTOS DEL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES.
GENERAR ALTERNATIVA DENTRO DEL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES.
ANALIZAR LOS RIESGOS DENTRO DEL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES.

RA 3
USAR CAPACIDAD CREATIVA EN LA SOLUCIÓN DE DESAFÍOS E IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DEL ENTORNO.
RECONOCER HABILIDADES Y CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS PERSONALES PARA FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS.
UTILIZAR LOS ELEMENTOS DE UNA ESTRATEGIA EMPRENDEDORA.
ELABORAR EL PLAN DE ACCIÓN.

RA 4
DESCUBRIR NECESIDADES, INTERESES Y EXPECTATIVAS PROPIAS Y DEL OTRO.
IDENTIFICAR LAS TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 1
VALORA SUS CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS PERSONALES ACORDE CON HERRAMIENTA DE DIAGNÓSTICO PERSONAL.
FORMULA LOS OBJETIVOS PERSONALES DE ACUERDO CON SU MOTIVACIÓN Y PROPÓSITO DE VIDA.
APLICA LA RESPONSABILIDAD EMPRENDEDORA DE ACUERDO CON FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS.
RA 2
IDENTIFICA EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES DE ACUERDO CON PROBLEMAS DE LA COTIDIANIDAD.
APLICA EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES SEGÚN IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS Y ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN.

RA 3
APROPIA EL CONCEPTO DE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN SEGÚN SOLUCIÓN DE DESAFÍOS.
APLICA LA CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA SEGÚN RETO DE INNOVACIÓN.
SUSTENTA EL PLAN DE ACCIÓN TENIENDO EN CUENTA LOS ELEMENTOS DE UNA ESTRATEGIA EMPRENDEDORA.

RA 4
RECONOCE LOS INTERESES PROPIOS Y DEL OTRO DE ACUERDO CON LA APLICACIÓN DE LAS DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD EMPRENDEDORA.
ASOCIA LAS TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN TENIENDO EN CUENTA LOS ÁMBITOS PERSONALES, SOCIALES Y

5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos	PROFESIONAL TITULADO EN CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS, FINANCIERAS, DE MERCADEO E INGENIERÍAS.
Competencias mínimas	MANEJO DE PLATAFORMA LMS. PEDAGÓGICAS: ESTRUCTURA DEL SISTEMA EDUCATIVO NACIONAL. FORMACIÓN PROFESIONAL: DEFINICIÓN INSTITUCIONAL, FUNDAMENTOS Y CARACTERÍSTICAS. CONTEXTO SOCIAL, PRODUCTIVO Y TECNOLÓGICO PARA LA FORMACIÓN PROFESIONAL: CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR, ANÁLISIS FUNCIONAL, PLANES DE DESARROLLO NACIONAL, REGIONAL, TERRITORIAL Y SECTORIAL SUJETO DE FORMACIÓN: CARACTERÍSTICAS SOCIALES Y ECONÓMICAS, ESTILOS Y RITMOS DE APRENDIZAJE. INTERACCIÓN CON EL SUJETO DE FORMACIÓN: COMUNICACIÓN, ASESORÍA, ACOMPAÑAMIENTO, MEJORAMIENTO PEDAGÓGICO DISEÑO CURRICULAR: MARCO CONCEPTUAL, CARACTERÍSTICAS Y TIPOS SEGÚN NIVELES DE FORMACIÓN, METODOLOGÍAS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS, ESTRUCTURA, COMPETENCIAS, CAPACIDADES, CONOCIMIENTOS, CONFIGURACIÓN DE PERFILES DE INGRESO Y EGRESO. DESARROLLO CURRICULAR: DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS Y ELEMENTOS SEGÚN NIVELES DE FORMACIÓN, INSTANCIAS, SECUENCIACIÓN DIDÁCTICA, ORDENAMIENTO DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS. DIDÁCTICAS DE LA FORMACIÓN: DEFINICIÓN, TIPOS Y CARACTERÍSTICAS SEGÚN POBLACIÓN SUJETO, NIVELES DE FORMACIÓN Y MODALIDADES DE ATENCIÓN. PLANEACIÓN DIDÁCTICA: LINEAMIENTOS, REFERENTES, ELEMENTOS, PRINCIPIOS, PRODUCTOS, CONDICIONES (ESPACIO EDUCATIVO, NÚMERO DE PERSONAS, TIEMPOS DE FORMACIÓN, ASESORÍA Y ACOMPAÑAMIENTO); MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS (DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS, CLASES, Y APLICACIONES). PEDAGOGÍA PARA LA FORMACIÓN PROFESIONAL: MODELO Y ESTRATEGIAS. PROCESO DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE: CARACTERÍSTICAS, ELEMENTOS, AMBIENTE EDUCATIVO, PROCEDIMIENTO, INSTANCIAS Y CONTEXTO DE LA ESPECIALIDAD A IMPARTIR. MANUAL DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE: DEFINICIÓN, PRINCIPIOS, PROPÓSITOS, TIPOS (DIAGNÓSTICA, FORMATIVA Y SUMATIVA) CARACTERÍSTICAS (SEGÚN POBLACIÓN SUJETO, MODALIDAD DE ATENCIÓN Y NIVEL DE FORMACIÓN); TÉCNICAS E INSTRUMENTOS (TIPOS, CARACTERÍSTICAS, PROCEDIMIENTOS), ESTRUCTURA DE PRUEBAS DE EVALUACIÓN Y

	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS, INVESTIGACIÓN APLICADA, TÉCNICA Y PEDAGÓGICA: DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS, TIPOS, METODOLOGÍA, MÉTODOS, TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS; FORMULACIÓN Y PLANTEAMIENTOS DE PROBLEMAS. INFORMÁTICA APLICADA AL PROCESO DE FORMACIÓN PROFESIONAL: FUNDAMENTACIÓN Y OPERACIÓN EN SU DESEMPEÑO LABORAL. SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PARA LA FORMACIÓN PROFESIONAL SENA: DEFINICIÓN, COMPONENTES, RELACIONES, PROCESOS, PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS, MARCO NORMATIVO. ACTITUDINALES: FLEXIBILIDAD. ADAPTABILIDAD. EMPATÍA. CAPACIDAD DE APRENDER. TOLERANCIA. RESPONSABILIDAD. INNOVACIÓN. CAPACIDAD DE MOTIVACIÓN, IMPULSA A LOS APRENDICES PARA LLEVAR A CABO SUS INICIATIVAS. RESPETO A LA DIGNIDAD HUMANA Y DERECHOS FUNDAMENTALES. TRABAJO EN EQUIPO. COMPROMISO Y RESPONSABILIDAD EN LA APLICACIÓN DE LAS NORMAS DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO, ESTABLECIDAS POR LA INSTITUCIÓN. SENTIDO DE PERTENENCIA POR LA INSTITUCIÓN.
Experiencia laboral y/o especialización	EXPERIENCIA LABORAL: VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD

COMPETENCIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN
260101059	Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico

ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA
DENOMINACIÓN
Diagnosticar entorno
Determinar la demanda
Establecer viabilidad

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE
DESCRIPCIÓN

26010105904 FORMULAR MODELO DE NEGOCIO DE ACUERDO CON HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.

26010105902 DETERMINAR RETO DE INNOVACIÓN DE ACUERDO CON MOTIVACIONES Y POTENCIALIDADES DEL ENTORNO.

26010105903 DISEÑAR PROTOTIPO DE IDEA DE NEGOCIO DE ACUERDO CON TÉCNICAS DE VALIDACIÓN.

26010105901 APLICAR EL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR DE ACUERDO CON REFERENTES CONCEPTUALES Y RETOS PERSONALES Y PRODUCTIVOS.

3. CONOCIMIENTOS

3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

RAP1:
EMPRENDEDOR: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, COMPORTAMIENTO, COMPETENCIAS.
RESPONSABILIDAD EMPRENDEDORA: CONCEPTO, DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD.

RAP2:
CREATIVIDAD: CONCEPTO.
INNOVACIÓN: CONCEPTO, TIPOS.
OBJETIVOS PERSONALES: MOTIVACIONES, METAS, PROPÓSITO DE VIDA.
CONTEXTO: CONCEPTO, VARIABLES DE ANÁLISIS, TÉCNICAS DE ANÁLISIS.

RAP3:
MERCADO: CONCEPTO, TÉCNICAS DE ANÁLISIS, CARACTERÍSTICAS, GRUPO META, FUENTES DE INFORMACIÓN, HERRAMIENTAS DE SEGMENTACIÓN.
GENERACIÓN DE IDEAS: CONCEPTO, FUENTES, MÉTODOS, TÉCNICAS, FASES.
PROTOTIPADO: CONCEPTO, TÉCNICAS, CRITERIOS DE EVALUACIÓN.
VALIDACIÓN: CONCEPTO, TÉCNICAS.

RAP4:

MODELO DE NEGOCIO: CONCEPTO, ELEMENTOS, HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA, TÉCNICAS DE PRESENTACIÓN.
PROPUESTA DE VALOR: CONCEPTO, HERRAMIENTAS.
CLIENTE: CONCEPTO, TIPOS, ESTRATEGIAS.
CANALES DE DISTRIBUCIÓN: CONCEPTO, TIPOS, ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN, HERRAMIENTAS DE SELECCIÓN.
PROCESO: CONCEPTO, HERRAMIENTAS DE MAPEO, ACTIVIDADES CLAVE.
RECURSOS CLAVE: CONCEPTO, TIPOS.
SOCIO: CONCEPTO, TIPOS, HERRAMIENTAS DE IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE SOCIOS CLAVE.
ESTRUCTURA DE COSTOS: CONCEPTO, TIPOS, HERRAMIENTAS DE ESTIMACIÓN.
INGRESOS: CONCEPTO, FUENTES, ESTIMACIÓN DE PRECIOS, PUNTO DE EQUILIBRIO.
ASOCIATIVIDAD: CONCEPTO, TIPOS, NORMATIVIDAD, METODOLOGÍAS DE FOMENTO.

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO

RAP1:
IDENTIFICAR LOS ELEMENTOS DEL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR.
ASOCIAR LOS ELEMENTOS DEL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR CON RETOS PERSONALES Y PRODUCTIVOS.

RECONOCER MOTIVACIONES Y COMPETENCIAS PERSONALES.
INDAGAR CONTEXTO EN BUSCA DE POTENCIALES RETOS DE INNOVACIÓN.
IDENTIFICAR RETO DE INNOVACIÓN.
JUSTIFICAR RETO DE INNOVACIÓN.

RAP3:
RELACIONAR RETO DE INNOVACIÓN CON EL MERCADO.
APLICA TÉCNICAS DE GENERACIÓN DE IDEAS.
SELECCIONAR IDEA DE NEGOCIO CON BASE EN EL RETO DE INNOVACIÓN.
EMPLEA TÉCNICAS DE PROTOTIPADO.
IMPLEMENTA TÉCNICAS DE VALIDACIÓN PARA EL PROTOTIPO.

RAP4:
IDENTIFICAR PROPUESTA DE VALOR.
DESCRIBIR SEGMENTO DE MERCADO Y RELACIÓN CON EL CLIENTE.
SELECCIONAR CANALES DE DISTRIBUCIÓN.
RELACIONAR ACTIVIDADES CON RECURSOS Y SOCIOS.
DETERMINAR ESTRUCTURA DE COSTOS Y FUENTES DE INGRESOS.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RAP1:
RELACIONA LOS ELEMENTOS DEL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR DE ACUERDO CON RETOS PERSONALES Y PRODUCTIVOS.

RAP2:
DESCRIBE MOTIVACIONES Y COMPETENCIAS PERSONALES DE ACUERDO CON HERRAMIENTA DE IDENTIFICACIÓN.
PLANTEA RETOS DE INNOVACIÓN DE ACUERDO CON POTENCIALIDADES DEL ENTORNO.

RAP3:
ELABORA PROTOTIPO DE ACUERDO CON SEGMENTO DE MERCADO Y TÉCNICAS DE PROTOTIPADO.
AJUSTA PROTOTIPO DE ACUERDO CON TÉCNICAS DE VALIDACIÓN.

RAP4:
ELABORA MODELO DE NEGOCIO ACORDE CON HERRAMIENTA DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.

5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos	PROFESIONAL TITULADO EN CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS, FINANCIERAS, DE MERCADEO E INGENIERÍAS.
Competencias mínimas	MANEJO DE PLATAFORMA LMS PEDAGÓGICAS: PLANEAR Y ORIENTAR PROCESOS DE FORMACIÓN. PARTICIPAR EN LOS PROCESOS DE ADMINISTRACIÓN DE LA FORMACIÓN. EVALUAR EL PROCESO DE FORMACIÓN DE LOS APRENDICES. CONCERTAR LOS PLANES DE MEJORAMIENTO, EVALUACIÓN, FORMACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LOS APRENDICES. CREACIÓN DE TÉCNICAS DIDÁCTICAS PARA LA TRANSMISIÓN DE CONOCIMIENTOS. HABILIDADES INVESTIGATIVAS.

	MANEJO DE GRUPOS. LIDERAZGO TRABAJO EN EQUIPO. COMUNICACIÓN EFICAZ Y ASERTIVA. MANEJO DE LAS TIC EN PROCESOS FORMATIVOS. MANEJO DE PLATAFORMAS DE FORMACIÓN Y GESTIÓN EDUCATIVA. UTILIZACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS Y SERVICIOS DE INTERNET. ACTITUDINALES: DEMOSTRAR RESPONSABILIDAD EN EL DESEMPEÑO DE SUS FUNCIONES. MANEJAR LAS RELACIONES INTERPERSONALES CON BASE EN EL RESPETO MUTUO Y LA TOLERANCIA. TRABAJAR EN EQUIPO. DEMOSTRAR COMPROMISO Y RESPONSABILIDAD EN LA APLICACIÓN DE LAS NORMAS DE HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL, ESTABLECIDAS POR LA INSTITUCIÓN. POSEER SENTIDO DE PERTENENCIA POR LA INSTITUCIÓN. SER RESPONSABLE Y PUNTUAL
Experiencia laboral y/o especialización	VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA.

COMPETENCIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN
260201063	Diseñar paquetes turísticos de acuerdo componentes técnicos y estándares de servicio

ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA
DENOMINACIÓN
Estructurar paquete turístico.
Caracterizar paquete turístico

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE
DESCRIPCIÓN
26020106302 ORGANIZAR LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIO APLICANDO PROCEDIMIENTOS TÉCNICOS, ESTÁNDARES DE CALIDAD Y PRINCIPIOS DE SOSTENIBILIDAD
26020106301 CARACTERIZAR LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE ACUERDO CON LA TENDENCIA DEL MERCADO
26020106304 PROPONER ACCIONES DE MEJORA A LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE ACUERDO CON LOS RESULTADOS DE VALIDACIÓN
26020106303. EJECUTAR LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS PLANEADAS DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTOS, PROTOCOLOS DE SERVICIO, PRINCIPIOS ÉTICOS Y DE RESPONSABILIDAD

3. CONOCIMIENTOS

3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

TERMINOLOGÍA TÉCNICA: PLANES HOTELEROS, CÓDIGOS DE AEROPUERTOS Y CIUDADES, TIPOS DE HABITACIONES, ATRACTIVOS TURÍSTICOS, RUTAS TURÍSTICAS, RECURSOS TURÍSTICOS, ALFABETO INTERANCIONAL TURÍSTICO.
PRODUCTO TURÍSTICO: DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS, COMPONENTES, PRODUCTOS TURÍSTICOS, NACIONALES E INTERNACIONALES
TURISTA: TIPOLOGÍAS, NECESIDADES, REQUERIMIENTOS, MOTIVACIONES, EXPERIENCIAS, HÁBITOS, TENDENCIAS, MODAS, COSTUMBRES, CULTURA, TÉCNICAS DE SEGMENTACIÓN.
GEOGRAFÍA TURÍSTICA: DESTINOS TURÍSTICOS DE COLOMBIA Y EL MUNDO, CONDICIONES CLIMATOLÓGICAS, UBICACIÓN GEOGRÁFICA, ATRACTIVOS TURÍSTICOS
INVENTARIO TURÍSTICO: DEFINICIÓN, CLASIFICACIÓN, MÉTODOS DE CATEGORIZACIÓN, TÉCNICAS DE INTERPRETACIÓN, MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN, PATRIMONIO TURÍSTICO CULTURAL, NATURAL, FESTIVIDADES Y EVENTOS.
PAQUETES TURÍSTICOS: DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS Y COMPONENTES.
PRODUCTO TURÍSTICO: DEFINICIÓN, DISEÑO, CARACTERÍSTICAS, COMPONENTES, PRODUCTO TURÍSTICO NACIONAL E INTERNACIONAL
SEGMENTACIÓN DE MERCADOS: CONCEPTO, ESTRATEGIAS
CLIENTE: TIPOLOGÍA, NECESIDADES, REQUERIMIENTOS, MOTIVACIONES, EXPERIENCIAS, TENDENCIAS, MODAS, COSTUMBRES, CULTURA DEMANDA, OFERTA, TIPOLOGÍAS
ITINERARIO: CONCEPTO, DISEÑO, TIEMPO, ESPACIO
SISTEMA TURÍSTICO: ESTRUCTURA, SUPERESTRUCTURA, INFRAESTRUCTURA. PLANTA TURÍSTICA, RECURSOS TURÍSTICOS, ATRACTIVOS TURÍSTICOS, FACILIDADES TURÍSTICAS, CADENA DE VALOR, TRANSPORTE TURÍSTICO, GLOSARIO TURÍSTICO
PROVEEDORES: CLASIFICACIÓN, MÉTODOS DE SELECCIÓN, TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN, TIPOS DE CONTRATACIÓN
PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS: CLASIFICACIÓN, FUNCIONES, LEGISLACIÓN COLOMBIANA ACTUAL, PROVEEDORES
LOGÍSTICA PARA LA REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES: DEFINICIÓN, REQUERIMIENTOS FORMATOS DILIGENCIAMIENTO DE FORMATOS CONFORME AL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS
NORMATIVA TURÍSTICA: LEY GENERAL DE TURISMO, NORMAS TÉCNICAS PARA AGENCIAS DE VIAJES, NORMAS TÉCNICAS DE SOSTENIBILIDAD, CRITERIOS DE APLICACIÓN.
ITINERARIOS: DEFINICIÓN DISEÑO, CIRCUITO, RUTA, TIEMPOS Y ESPACIO, PLAN DE ACCIÓN Y CONTINGENCIA, MAPA
POLÍTICAS DE SERVICIO: DEFINICIÓN, CLASES, CARACTERÍSTICAS
NEGOCIACIÓN: TÉCNICAS MANEJOS DE PAGO,TIEMPOS, RESERVAS, NEGOCIACIÓN A ESCALA CONTRATOS, CLÁUSULAS DE RESPONSABILIDAD, COMISIONES, COTIZACIONES, ALIANZAS Y CONVENIOS

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO

RECONOCER LOS FUNDAMENTOS CLAVE EN EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS
ANALIZAR PROCEDIMIENTOS Y METODOLOGÍAS
RECOLECTAR LA INFORMACIÓN TURÍSTICA
DEFINIR EL PERFIL DEL TURISTA
ESTABLECER FICHAS TÉCNICAS
REALIZAR DIAGNÓSTICO
SELECCIONAR ATRACTIVOS TURÍSTICOS
COSTEAR LOS DISEÑOS Y PAQUETES TURÍSTICOS
PROYECTAR ACTIVIDADES Y RECURSOS
ESTRUCTURAR PLAN DE ACCIÓN.
COORDINAR LAS ACTIVIDADES
DISEÑAR ITINERARIOS Y PAQUETES TURÍSTICOS
IDENTIFICAR RESPONSABLES,RECURSOS Y EQUIPOS.

VERIFICAR ESTUDIO DE LOS PROVEEDORES
CLASIFICAR LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS
NEGOCIAR CON PROVEEDORES.
REALIZAR CONVENIOS CON PROVEEDORES.
DESARROLLAR ACTIVIDADES TURÍSTICAS
COMPROBAR CUMPLIMIENTO DE CRONOGRAMAS.
REALIZAR ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.
COMUNICAR INFORME DE RESULTADOS.
VERIFICAR LAS POLÍTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE.
ANALIZAR INFORME DE RESULTADOS DE GESTIÓN.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

APROPIA LOS CONCEPTOS BÁSICOS Y METODOLOGICOS DEL TURISMO DE ACUERDO CON LOS REFERENTES LEGALES Y ENFOQUES CONCEPTUALES.
IDENTIFICA TIPOLOGÍAS DE CLIENTE DE ACUERDO CON SUS CARACTERÍSTICAS.
ANALIZA LA INFORMACIÓN DE ACUERDO A CRITERIOS TÉCNICOS Y PERFIL DEL TURISTA.
PROPONE ACTRACTIVOS Y ACTIVIDADES TURISTICAS SEGÚN EL ENTORNO GEOGRÁFICO.
ESTRUCTURA ACTIVIDADES TURÍSTICAS CON BASE EN LAS OPORTUNIDADES Y TENDENCIAS DEL MERCADO.
ELABORA PLAN DE ACCIÓN DE ACUERDO CON CARACTERIZACIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS.
CONSTRUYE PAQUETES TURÍSTICOS DE ACUERDO A POLÍTICAS DEL SERVICIO Y NORMATIVA TÉCNICA.
SELECCIONA EQUIPOS, RECURSOS, ESCENARIOS, INSTALACIONES FÍSICAS Y ELEMENTOS DE ACUERDO A LAS ACTIVIDADES ESTABLECIDAS, CUMPLIENDO NORMAS TÉCNICAS DE SEGURIDAD EN LA COTIZACIÓN.
SELECCIONA PROVEEDORES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.
EJECUTA LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS TENIENDO EN CUENTA PROTOCOLOS DE SERVICIO Y DE RESPONSABILIDAD.
UTILIZA TÉCNICAS E INSTRUMENTOS REQUERIDAS EN LA VALIDACIÓN DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DISEÑADAS.
ELABORA INFORME TENIENDO EN CUENTA LAS ACCIONES DE MEJORA ESTABLECIDA.
EVALÚA NIVELES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS Y DETERMINA ACCIONES DE MEJORA, CON BASE EN LOS ESTÁNDARES DE SERVICIO Y CALIDAD ESTABLECIDOS.

5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos	ALTERNATIVA 1. TÍTULO DE TÉCNICO PROFESIONAL EN EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO: ADMINISTRACIÓN (VER ANEXO N.B.C). ALTERNATIVA 2. TÍTULO DE TECNÓLOGO EN EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO ADMINISTRACIÓN (VER ANEXO N.B.C). ALTERNATIVA 3. TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EN EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO DE:
Competencias mínimas	DISEÑO CURRICULAR: MARCO CONCEPTUAL, CARACTERÍSTICAS Y TIPOS SEGÚN NIVELES DE FORMACIÓN, METODOLOGÍAS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS, ESTRUCTURA, COMPETENCIAS, CAPACIDADES, CONOCIMIENTOS, CONFIGURACIÓN DE PERFILES DE INGRESO Y EGRESO. DESARROLLO CURRICULAR: DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS Y ELEMENTOS SEGÚN NIVELES DE FORMACIÓN, INSTANCIAS, SECUENCIACIÓN DIDÁCTICA, ORDENAMIENTO DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS. DIDÁCTICAS DE LA FORMACIÓN: DEFINICIÓN, TIPOS Y CARACTERÍSTICAS SEGÚN POBLACIÓN SUJETO, NIVELES DE FORMACIÓN Y MODALIDADES DE ATENCIÓN.

	COMUNICACIÓN ASERTIVA. RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS. ELABORACIÓN DE PROYECTOS.
Experiencia laboral y/o especialización	ALTERNATIVA 1. TREINTA Y SEIS (36) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE GUIANZA TURÍSTICA Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA. ALTERNATIVA 2. TREINTA (30) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DIECIOCHO (18) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE GUIANZA TURÍSTICA Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA ALTERNATIVA 3. VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE GUIANZA

CONTROL DEL DOCUMENTO

	NOMBRE	CARGO	DEPENDENCIA / RED	FECHA
Responsable del diseño	ETHEL VEGA ESPINDOLA	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES Y TURÍSTICOS. REGIONAL SANTANDER	30/06/2016
Responsable del diseño	HENRY ALFONSO PASTRANA PRIETO	APROBAR ANALISIS	CENTRO DE LA INNOVACIÓN, LA AGROINDUSTRIA Y LA AVIACIÓN. REGIONAL ANTIOQUIA	01/07/2016
Responsable del diseño	PATRICIA ROSMARY SERRANO	INSTRUCTORA	CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS. REGIONAL ATLÁNTICO	04/07/2016
Responsable del diseño	DIANA MORA	ASESORA RED HOTELERIA Y TURISMO	DIRECCION GENERAL. DIRECCIÓN GENERAL	04/07/2016
Responsable del diseño	MARIA TERESA DIAZ	INSTRUCTORA	CENTRO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO DE CORDOBA. REGIONAL CÓRDOBA	04/07/2016

Responsable del diseño	DIEGO FERNANDO GARCES	INSTRUCTOR	CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS. REGIONAL CALDAS	04/07/2016
Responsable del diseño	LUZ MARINA ARDILA	ASESORA DISEÑO CURRICULAR	null. REGIONAL CAUCA	04/07/2016
Responsable del diseño	HENRY ALFONSO PASTRANA PRIETO	ACTIVAR PROGRAMA	CENTRO DE LA INNOVACIÓN, LA AGROINDUSTRIA Y LA AVIACIÓN. REGIONAL ANTIOQUIA	01/08/2016
Responsable del diseño	GERMAN ALBERTO ARIAS GIL	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO NAUTICO PESQUERO DE BUENAVENTURA. REGIONAL VALLE	21/02/2017
Responsable del diseño	EDWIN HERNANDO MAYORGA ECHEVERRY	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO AGROPECUARIO LA GRANJA. REGIONAL TOLIMA	16/10/2020
Responsable del diseño	JESUS DAVID IGUARAN PINEDO	APROBAR ANALISIS	CENTRO DE LOGISTICA Y PROMOCION ECOTURISTICA DEL MAGDALENA. REGIONAL MAGDALENA	26/10/2020
Responsable del diseño	JHON JAIRO PULIDO	INSTRUCTOR	null. REGIONAL META	09/12/2020
Responsable del diseño	OSCAR HELI JEREZ JAIMES	QUITAR SUSPENDIDO	DIRECCION GENERAL. DIRECCIÓN GENERAL	03/02/2021
Responsable del diseño	JESUS DAVID IGUARAN PINEDO	ACTIVAR PROGRAMA	CENTRO DE LOGISTICA Y PROMOCION ECOTURISTICA DEL MAGDALENA. REGIONAL MAGDALENA	05/02/2021

Aprobación	HENRY ALFONSO PASTRANA PRIETO		CENTRO DE LA INNOVACIÓN, LA AGROINDUSTRIA Y LA AVIACIÓN. REGIONAL ANTIOQUIA	01/08/2016
Aprobación	JESUS DAVID IGUARAN PINEDO		CENTRO DE LOGISTICA Y PROMOCION ECOTURISTICA DEL MAGDALENA. REGIONAL MAGDALENA	05/02/2021