

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: XIOMARA INES OROZCO MEDINA

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO INTERNACIONAL NÁUTICO, FLUVIAL Y PORTUARIO

FECHA INICIAL: 01/10/2020 00:00:00

FECHA FINAL: 31/10/2020 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA 2147948 - MERCADEO Y VENTAS
DE APRENDIZAJE:

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE CLIENTES Y CONSUMIDORES SEGÚN TIPO Y COBERTURA DEL MERCADO PARA LA TOMA DE DECISIONES, APLICANDO TÉCNICAS DE ESTUDIOS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE ACUERDO CON LAS VARIABLES DE INFLUENCIA EN EL MOMENTO DE LA COMPRA

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LOS REPORTES DE PRECIOS, EN LA DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO, SEGÚN TIPOS DE MERCADOS Y DE PRODUCTOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE MÉTODOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 32,00

FICHA

2137856 - MERCADEO Y VENTAS

DE APRENDIZAJE:

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE CLIENTES Y CONSUMIDORES SEGÚN TIPO Y COBERTURA DEL MERCADO PARA LA TOMA DE DECISIONES, APLICANDO TÉCNICAS DE ESTUDIOS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE ACUERDO CON LAS VARIABLES DE INFLUENCIA EN EL MOMENTO DE LA COMPRA

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LOS REPORTES DE PRECIOS, EN LA DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO, SEGÚN TIPOS DE MERCADOS Y DE PRODUCTOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE MÉTODOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 32,00

FICHA

2121091 - MERCADEO Y VENTAS

DE APRENDIZAJE:

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE CLIENTES Y CONSUMIDORES SEGÚN TIPO Y COBERTURA DEL MERCADO PARA LA TOMA DE DECISIONES, APLICANDO TÉCNICAS DE ESTUDIOS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE ACUERDO CON LAS VARIABLES DE INFLUENCIA EN EL MOMENTO DE LA COMPRA

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LOS REPORTES DE PRECIOS, EN LA DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO, SEGÚN TIPOS DE MERCADOS Y DE PRODUCTOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE MÉTODOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 16,00

FICHA 2147962 - MERCADEO Y VENTAS DE APRENDIZAJE:

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE CLIENTES Y CONSUMIDORES SEGÚN TIPO Y COBERTURA DEL MERCADO PARA LA TOMA DE DECISIONES, APLICANDO TÉCNICAS DE ESTUDIOS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE ACUERDO CON LAS VARIABLES DE INFLUENCIA EN EL MOMENTO DE LA COMPRA

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LOS REPORTES DE PRECIOS, EN LA DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO, SEGÚN TIPOS DE MERCADOS Y DE PRODUCTOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE MÉTODOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 32,00

FICHA 2137855 - MERCADEO Y VENTAS DE APRENDIZAJE:

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE CLIENTES Y CONSUMIDORES SEGÚN TIPO Y COBERTURA DEL MERCADO PARA LA TOMA DE DECISIONES, APLICANDO TÉCNICAS DE ESTUDIOS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE ACUERDO CON LAS VARIABLES DE INFLUENCIA EN EL MOMENTO DE LA COMPRA

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LOS REPORTES DE PRECIOS, EN LA DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO, SEGÚN TIPOS DE MERCADOS Y DE PRODUCTOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE MÉTODOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 16,00

DE APRENDIZAJE:

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE CLIENTES Y CONSUMIDORES SEGÚN TIPO Y COBERTURA DEL MERCADO PARA LA TOMA DE DECISIONES, APLICANDO TÉCNICAS DE ESTUDIOS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE ACUERDO CON LAS VARIABLES DE INFLUENCIA EN EL MOMENTO DE LA COMPRA

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LOS REPORTES DE PRECIOS, EN LA DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO, SEGÚN TIPOS DE MERCADOS Y DE PRODUCTOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE MÉTODOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 32,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 160,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT's

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS
TOTAL TIEMPO EDT's:				0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS
---------------	-------------	-----------	-------

INSTRUCTOR: XIOMARA INES OROZCO MEDINA

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO INTERNACIONAL NÁUTICO, FLUVIAL Y PORTUARIO