PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Cartagena 26 de NOVIEMBRE de 2020

Señor (a)
MERLY NEIRA MENDEZ
SUPERVISOR(A) CONTRATO No.1963212
Cargo del supervisor: Tecnico G02
Dependencia: Coordinación academica.
Ciudad: Cartagena

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes: NOVIEMBRE del año 2020.

Referencia: No. 1963212 del año 2020

FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ, identificado con la cédula de ciudadanía No. 73.188.439 de Cartagena (Bolívar), en mi calidad de Contratista del SENA, como instructor en el área de EMPRENDIMIENTO, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación presento el Informe de actividades realizadas en el mes objeto de cobro.

Valor y forma de Pago: Se fija como valor total para el contrato la suma de CUATRO MILLONES OCHOCIENTOS OCHENTA Y CINCUENTA Y SIETE PESOS M/CTE ($ 4.800.857). Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a)Un primer pago correspondiente al mes de Noviembre de 2020 por valor de TRES MILLONES DOSCIENTOS OCHENTA Y CUATRO MIL SETECIENTOS NOVENTA Y SIETE PESOS M/CTE ($ 3,284.797) b) Un último pago correspondiente al mes de diciembre de 2020 por valor de un millón quinientos dieciséis mil sesenta pesos M/CTE ($ 1.516.060.oo).

Plazo: Será hasta el 12 de Diciembre de 2020.

OBJETO:

Prestar servicios personales de carácter temporal para planear y orientar la Formación Profesional Integral, que programe el centro de formación en sus diferentes niveles y modalidades, atendiendo las políticas institucionales y la normatividad vigente, ÁREA TEMÁTICA: ENPRENDIMIENTO, programa de formación: Complementaria-TITULADA Si los instructores contratistas llegasen a apoyar proyectos de investigación, el centro de formación profesional deberá cumplir con los lineamientos establecidos por SENNOVA.

CLÁUSULA 1.2

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1.	Participar en la planeación de los procesos formativos de acuerdo con los lineamientos institucionales, para el área temática del objeto contractual.	Participación y asistencia a la reunión complementaría de Bienvenida a los instructores nuevos con la doctora **BIBIANA CASTAÑO, el dia 24 de noviembre** Alcaldía de TURBACO Bolívar formación complementaria **FICHAS** 2239113 – 2236226 - MERCADEO Y VENTAS, ALCALDIA DE TURBACO SE FORMARON APRENDICES EN PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO C EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS 2236228 - LIDERAZGO, MOTIVACIÓN Y TRABAJO EN EQUIPO, ALCALDIA DE TURBACO SE FORMARON APRENDICES EN GESTIONAR EL TALENTO HUMANO DE LA UNIDAD	Planillas de asitencia, horas de sofia plus, pago seguridad social del mes de Octubre del 2020 ,fotografías de acciones de formación, guías de aprendizaje

		DE NEGOCIO PARA LOGRAR LOS RESULTADOS PROPUESTOS. FICHA: 2239112 MARKETING DIGTAL, ALCALDIA DE TURBACO, SE FORMARON APRENDICES EN ESTRUCTURAR LA ESTRATEGIA DE MERCADO DIGITAL ACUERDO CON OBJETIVOS DE CAMPAÑA Y NORMATIVA LEGAL	

.	Participar cuando el centro de formación lo requiera, en jornadas de diseño y desarrollo curricular de programas de Formación Profesional Integral, conforme a las necesidades nacionales y a los lineamientos institucionales requeridos para el área temática objeto del contrato.		Planillas de asitencia,horas de sofia plus,pago seguridad social del mes de enero,fotografías de acciones de formación,guias de aprendizaje
3.	Evaluar los aprendizajes previos correspondientes a las fichas asignadas, de	• Evaluación de 3 de las 4 fichas asignadas para	• Plataforma de Sofia Plus.
	acuerdo con los procedimientos, plazos y herramientas tecnológicas que la entidad defina.	el mes de NOVIEMBRE DE 2020 FICHAS 2239113 – 2236226 2236228 - 2239112	
4.	Ejecutar la formación profesional integral de acuerdo con el currículo, desarrollo curricular y proyecto formativo de los programas del áreatemática objeto del contrato.	• Ejecución de acciones de formación en los siguientes grupos programados:	• Plataforma de Sofia Plus.

5.	Aplicar según la modalidad, estrategias de enseñanza, aprendizaje, seguimiento y evaluación de acuerdo a los lineamientos pedagógicos y metodológicos de laentidad.	• Presentación de solicitudes e informes de formación.	• Correo electrónico a supervisora de contrato.
6.	Participar cuando el centro de formación lo requiera, en proyectos de investigación técnica y/o pedagógica para fortalecer el proceso de formación del área temática objeto del contrato.	• Cumplimiento con la información y evaluación correspondiente a los aprendices.	• Plataforma Sofiaplus
7.	Emitir juicio valorativo sobre el nivel de cumplimiento de los resultados aprendizajes de las competencias del programa, adquiridos porlos aprendices en el desarrollo de su formación, aplicando los procedimientos, plazos y herramientas tecnológicas que la entidad defina.	• Cumplimiento de objetivos.	• Plataforma Sofiaplus
8.	Entregar los soportes del procedimiento de Ingreso de aprendices al programa de formación tales como: Ficha de matrícula; fotocopia del documento de identidad,y/o requisitos definidos en el diseño curricular, cuando	• Presentación de solicitudes e informes de formación.	• Correo electrónico a supervisora de contrato.

	ejecute formación complementaria.		
9.	Registrar, verificar y hacer seguimiento oportuno en el sistema de información que la entidad defina para la Gestión de la Formación Profesional Integral mediante las siguientes actividades: a). Verificando que la totalidad de los aprendices seleccionados y matriculados queden en ese estado. b). Registrando juicios evaluativos del reconocimiento de aprendizajes previos, los juicios evaluativos, rutas de aprendizaje, para los beneficiarios nuevos, reintegrados o trasladados. e). Comunicando al Coordinador Académico oportunamente anomalías, inconsistencias, novedades de aprendices y hallazgos en el registro de lainformación.	• Cumplimiento con la información y evaluación correspondiente a los aprendices.	• Plataforma Sofiaplus
10.	Participar cuando el centro lo requiera en el proceso de selección, diseño de talleres e instrumentos que alimenten los bancos de pruebas para la selección de aprendices.	• Cumplimiento de objetivos.	• Plataforma Sofiaplus
11.	Aplicar y hacer cumplir el reglamento del aprendiz, así como el manual de convivencia del Centro de Formación.	• Información permanente a los aprendices de su proceso de formación.	• Plataforma de Sofiaplus
12.	Apoyar procesos de Registro calificado para los	• Cumplimiento en la entrega deinformes.	• Plataforma Sofiaplus

	programas en nivel tecnólogo del área temática objeto del presente contrato, cuando el centro lo requiera.		
13.	Acatar los lineamientos del Sistema Integrado de Gestión y el Sistema de Seguridad de Salud en el Trabajo y asistir a las convocatorias que el centro programa.	NA	NA
14.	Apoyar al centro de formación cuando este lo requiera, en la promoción del portafolio de servicios.	• Cumplimiento en la entrega de reporte y documentos requeridos por el supervisor de contrato.	• Reporte de cumplimiento mensual.
15.	Realizar seguimiento en la etapa productiva a los a los aprendices que le sean asignados, cuando el centro de formación lo requiera.	• Presentación de informe mensual de ejecución contractual.	• Informe mensual de ejecución contractual.
16.	Responder por los bienes y elementos puestos a su disposición para el cumplimiento del objeto del contrato y una vez finalizado, quedar a paz y salvo con el Almacén.	• Implementación de estrategias de desarrollo de espíritu investigativo, innovador y transformador.	Plataforma Sofiaplus
17.	Aplicar al proceso de certificación de la norma de competencia "ORIENTAR PROCESOS FORMATIVOS CON BASE EN LOS PLANES DE FORMACIÓN CONCERTADOS, o la actualización. "ORIENTAR FORMACIÓN PRESENCIAL DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO TÉCNICO Y	• Ejecución del registro de información académica y administrativa.	• Plataforma Sofiaplus

	NORMATIVO" o en su defecto deberá aplicar al proceso de certificación dela norma y aportar el respectivo certificado de aprobación, o la evidencia de la inscripción efectiva a mismo, al informe de ejecución contractual, con plazo máximo a julio 31 de 2020. Acompañar a los aprendices a las actividades que se encuentren planeadas por el equipo de Bienestar al Aprendiz.		
18.	Apoyar y acompañar los procesos de autoevaluación de programas de formación en nivel tecnólogo del Centro de Formación.	• Cumplimiento de los requerimientos del supervisor de contrato.	• Informe mensual de ejecución contractual.
19.	Las demás necesarias para el cabal cumplimiento del objeto contractual.	• Realización pago de afiliación en pensión, salud y riesgos mes de Octubre de 2020 planilla **9413153724**	• Presentar planilla de pago salud, pensión y riesgo laboral.

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	FECHAS DE DESPLAZAMIENTOS	
			INICIO	FINALIZACIÓN
1.				

Nota1:*Porcada desplazamientoquehaya realizadoelcontratista, adjuntaráelrespectivo informequela soporte. En caso dehaber realizado eldesplazamiento enfecha posterior a*

lapresentación del informe de ejecución contractual, deberá reportarlo en el siguiente informe de ejecución contractual.

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el No. de la planilla **9413153724** operador **APORTES EN LINEA** y periodo Octubre **de 2020**. (Decreto Ley 2106 de 2019 – " *DecretoLeyAntitrámites"*)

Evidencias en ( ) folios

Cordialment

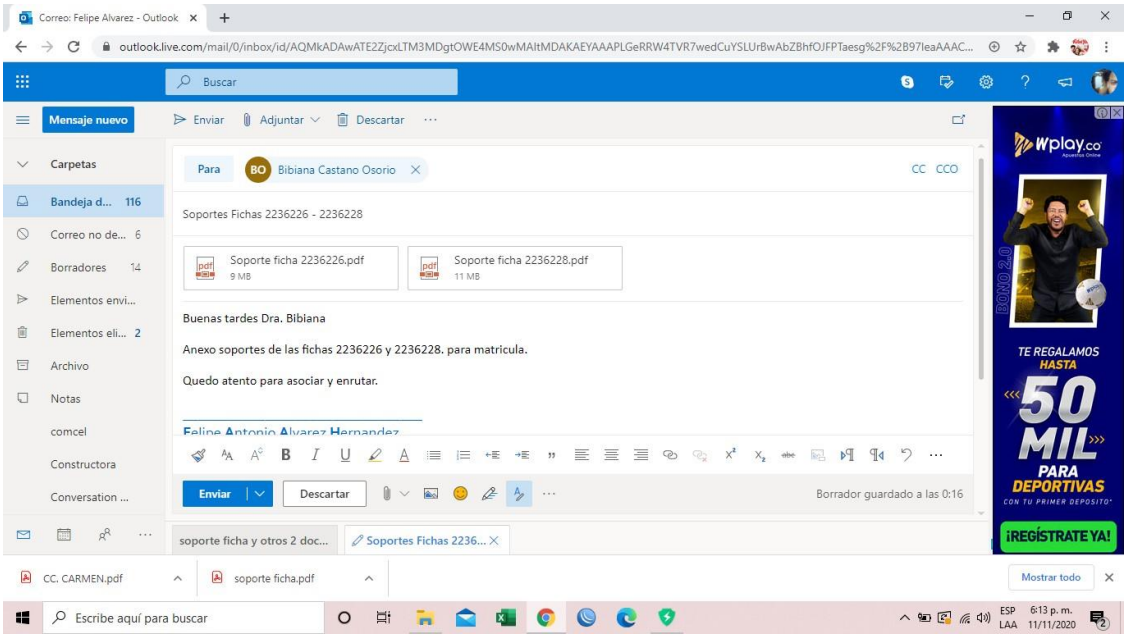
Satisfacción:

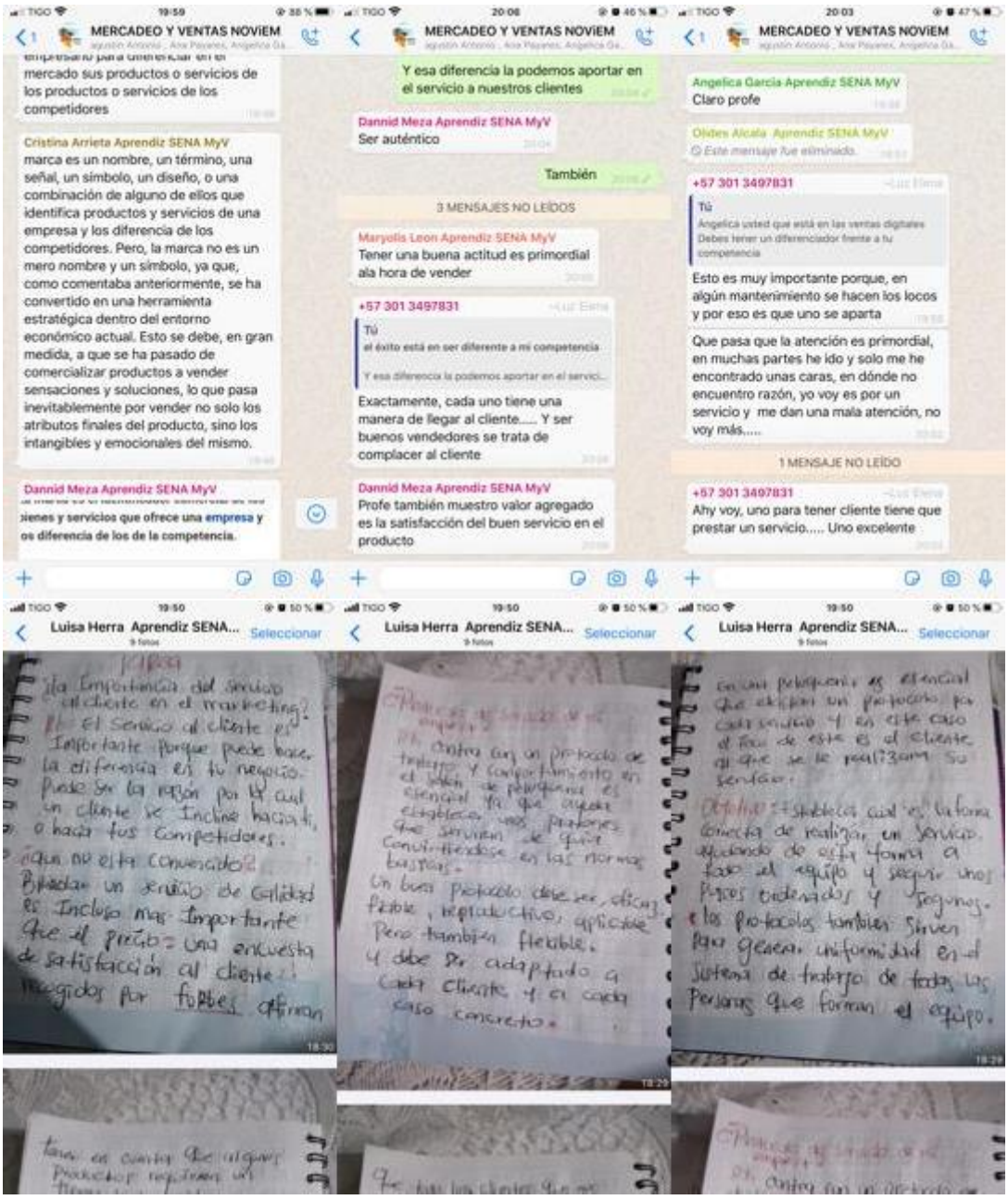
Firma
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Contratista
1963212 **de 2020**
C.C. No. 73.188.439 de CARTAGENA

Recibí a

Firma
MERLY NEIRA MENDEZ
Supervisor(a) Contrato

Evidencia de formacion Felipe Antonio Alvarez Hernandez correspondiente al mes de Noviembre del 2020 de las fichas. 2236226 – 2236228 – 2239112 - 2239113




MERCADEO Y VENTAS NOVIEM
mercado sus productos o servicios de los productos o servicios de los competidores
Cristina Arrieta Aprendiz SENA MyV
marca es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y los diferencia de los competidores. Pero, la marca no es un mero nombre y un símbolo, ya que, como comentaba anteriormente, se ha convertido en una herramienta estratégica dentro del entorno económico actual. Esto se debe, en gran medida, a que se ha pasado de comercializar productos a vender sensaciones y soluciones, lo que pasa inevitablemente por vender no solo los atributos finales del producto, sino los intangibles y emocionales del mismo.
Dannid Meza Aprendiz SENA MyV
Y esa diferencia la podemos aportar en el servicio a nuestros clientes
Dannid Meza Aprendiz SENA MyV
Ser auténtico
También
3 MENSAJES NO LEÍDOS
Maryolis Leon Aprendiz SENA MyV
Tener una buena actitud es primordial ala hora de vender
+57 301 3497831
Tú
el éxito está en ser diferente a mi competencia
Y esa diferencia la podemos aportar en el servici...
Exactamente, cada uno tiene una manera de llegar al cliente..... Y ser buenos vendedores se trata de complacer al cliente
Dannid Meza Aprendiz SENA MyV
Profe también muestro valor agregado es la satisfacción del buen servicio en el producto
Angelica Garcia Aprendiz SENA MyV
Claro profe
Olides Alcala Aprendiz SENA MyV
Este mensaje fue eliminado.
+57 301 3497831
Tú
Angelica usted que está en las ventas digitales Debes tener un diferenciador frente a tu competencia
Esto es muy importante porque, en algún mantenimiento se hacen los locos y por eso es que uno se aparta
Que pasa que la atención es primordial, en muchas partes he ido y solo me he encontrado unas caras, en dónde no encuentro razón, yo voy es por un servicio y me dan una mala atención, no voy más.....
1 MENSAJE NO LEÍDO
+57 301 3497831
Ahy voy, uno para tener cliente tiene que prestar un servicio..... Uno excelente
Luisa Herra Aprendiz SENA...
Seleccionar

MERCADEO Y VENTAS NOVIEM

+57 301 3497831
La importancia del servicio al cliente en el marketing es que en la empresa se posiciona como la mejor por medio del cliente

Luis Ospino Aprendiz SENA MyV
el servicio al cliente busca hacer sentir a gusto a los usuarios con su interacción y relación con una compañía o marca para que nunca la olviden y siempre la consideren una de sus principales alternativas de compra.

este es el ciclo de servicio

fórmula característica para la prestación de un servicio. Debe llevar un beneficio a partir de valores agregados para el cliente y ubica a la empresa en una posición real competitiva.

+57 301 3497831
0:25
Muy bien todas las empresa deben implementar estos protocolos

+57 301 3497831
La importancia del servicio al cliente en el marketing es que en la empresa se posiciona como la mejor por medio del cliente

Luis Ospino Aprendiz SENA MyV
el servicio al cliente busca hacer sentir a gusto a los usuarios con su interacción y relación con una compañía o marca para que nunca la olviden y siempre la consideren una de sus principales alternativas de compra.

+57 300 7597911
Es de gran importancia que podamos hacer sentir a nuestros clientes a gusto con el producto/servicio que se llevan y que queden con ganas de volver, no solo por ofrecer un producto de calidad sino por el trato o protocolo que ellos reciben desde que preguntan el valor de algo a través de plataformas digitales o pisen nuestra tienda física, adquieran o no aquello que se ofrece

EL MOMENTO DE VERDAD ES UN EPISODIO O UN INSTANTE EN EL CUAL EL CLIENTE ENTRA EN CONTACTO CON CUALQUIER PERSONA O CUALQUIER ASPECTO DE LA ORGANIZACIÓN Y TIENE UNA IMPRESIÓN SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO.

Un momento de verdad no es positivo ni negativo, en si lo que cuenta es la impresión que se lleva el Cliente del servicio que se le prestó.

la importacia de un buen protocolo de servicio

Oldes Alcala Aprendiz SENA MyV
De eso depende que a el cliente siempre

escuchar las necesidades y peticiones realizadas por el cliente.

Solución: En este punto se debe buscar la resolución de las inquietudes, buscando la satisfacción del cliente.

Angelica Garcia Aprendiz SENA M...
0:34

Angelica Garcia Aprendiz SENA MyV
Maribel Zambrano Aprendiz SENA MyV
Apertura: Inicia con una bienvenida y un saludo que permita la acogida al cliente, de manera que se sienta tratado con respeto y consideración.
Excelente

Edelmira Pedraza Aprendiz SENA...
Instructivo de Protocolo de Atención al Cliente.pdf • 18 páginas
Muy completo este ejemplo

Maribel Zambrano Aprendiz SENA MyV
Apertura: Inicia con una bienvenida y un saludo que permita la acogida al cliente, de manera que se sienta tratado con respeto y consideración.
Excelente

Angelica Garcia Aprendiz SENA M...
0:34

Oldes Alcala Aprendiz SENA MyV
Ok profe

Angelica Garcia Aprendiz SENA MyV
0:34
Excelente intervención

Edelmira Pedraza Aprendiz SENA MyV
Instructivo de Protocolo de Atención al Cliente.pdf
18 páginas · 727 kB · pdf

Maribel Zambrano Aprendiz SENA MyV
Apertura: Inicia con una bienvenida y un saludo que permita la acogida al cliente, de manera que se sienta tratado con respeto y consideración.

Análisis y comprensión: el objetivo es

Cuando una persona llega llega a una empresa la forma como lo recibe el vigilante

Luis Ospino Aprendiz SENA MyV
yo lo puse en practica cuando trabajaba en una eps, no de su totalidad pero si lo implemente.

Oldes Alcala Aprendiz SENA MyV
Cuando una persona llega llega a una empresa la forma como lo recibe el vigilante
Muy bien

Luis Ospino Aprendiz SENA MyV
yo estaba en linea del frente y me tocaba atender todo tipo de afiliados y hasta incluso gerentes de empresas.

Edelmira Pedraza Aprendiz SENA MyV
Buenas noches para todos

Oldes Alcala Aprendiz SENA MyV
El protocolo ayuda a qué una transacción o interacción se desarrolle sin problemas ya que muchas veces hay replicas

Yulieth Pajaro Aprendiz...
Comunicacion Precencial
PROTOCOLO DE SERVIC...
Comunicación Telefónica
Cuando el cliente decide llamar al teléfono, el o la recepcionista este debe ser cordial y atenderlo como si estuviera hablando personalmente, son atentos pero es muy demorado.
Hoy
Ok
4 MENSAJES NO LEÍDOS
Profe busque esto
PROTOCOLO DE SERVIC...
PROTOCOLO DE SERVICIOS
Elementos Para Brindar Servicios De Calidad
Comunicacion Precencial
MERCADEO Y VENTAS NOVIEM
de vincularse a distintos públicos, para lograr un conceso y fidelidad para una empresa
Muy bien
Yulieth Pajaro Aprendiz SENA MyV
Como relaciones públicas (o RR. PP. por sus siglas) se denomina la actividad profesional que se encarga de gestionar la comunicación, la interacción y la imagen que una persona, organización o institución proyecta a su público.
Glenis La Madrid Aprendiz SENA MyV
relaciones públicas
+57 301 3497831
El patrocinio es una relación con una compañía para presentarse entre varios públicos y ganar más.....
Excelente grupo
Glenis Aprendiz SENA MyV
Relaciónes públicas
Es fundamental para obtener clientes y una buena opinión del público
Yulieth Pajaro Aprendiz SENA MyV
El direct marketing o el marketing directo es una tipología de campaña publicitaria que busca desencadenar un resultado en un target concreto. Por poner un par de ejemplos, pueden ser visitas a una ecommerce o completar el formulario de una landing page solicitando información de la marca.
+57 301 3497831
Las relaciones públicas son la capacidad de vincularse a distintos públicos, para lograr un conceso y fidelidad para una empresa
quieren y cómo lo quieren
Por eso es bueno escuchar a nuestros clientes
Maribel Zambrano Aprendiz SENA MyV
Así es. lo importante de estudiar el comportamiento de cada comprador nos ayudara a tener nuevas estrategias para tener una venta mas efectiva.
Maria Meza Aprendiz SENA MyV
Así es es profe tener dinámica seguridad amabilidad y respeto con las opiniones de nuestros clientes
+57 301 3497831
aprovechan las promociones
Aunque no las necesiten en el momento
Maryolis Leon Aprendiz SENA MyV
Así es
Maribel Zambrano Aprendiz SENA MyV
Muy cierto. Xq se sabe que son promociones muy buenas.
Son estrategias
Estamos en marketing
Yulieth Pajaro Aprendiz SENA MyV
Claro
Y nosotros creamos esas estrategias
Después que conocemos a nuestros clientes
Ellos mismos nos van a decir que quieren y cómo lo quieren
Por eso es bueno escuchar a nuestros clientes

MERCADEO Y VENTAS NOVIEM

María Meza Aprendiz SENA MyV
Aveces obsequian cualquier cosa para que el producto se venda solo

+57 316 8030401
También existen los famosos ganchos, pero en realidad el producto sigue teniendo el mismo precio,solo que de una manera diferente.

O la palabra PROMOCIÓN

Gloria La Madrid Aprendiz SENA MyV
Y sin IVA, más aprovechan

Es muy fuerte para impulsar una venta

Maribel Zambrano Aprendiz SENA MyV
Aveces ni es tanto la diferencia. Pero ya El comprador con solo escuchar la palabra oferta se emociona mas. asi sean mil pesos menos.

María Meza Aprendiz SENA MyV
Aveces obsequian cualquier cosa para que el producto se venda solo

Esto en ovaciones son ventas cruzadas

MERCADEO Y VENTAS NOVIEM

Angelica Garcia Aprendiz SENA MyV
0:33

Buen ejemplo del comportamiento del consumidor

+57 316 8030401
Si claro ya que hay diferentes tipos de compradores, como vimos en las clases pasadas

Y las estrategias están diseñada para cada uno de esos comportamientos

Maryolis Leon Aprendiz SENA MyV
Cada comprador tiene diferentes gustos

Yuleth Pajaro Aprendiz SENA MyV
Y diferente trato

Maribel Zambrano Aprendiz SENA MyV
Hay personas que piensan que si un producto o servicio tiene un precio elevado es porque es de buena calidad, pero hay quienes necesitan comparar entre una marca y otra para definir su decisión de compra.

MERCADEO Y VENTAS NOVIEM

Yuleth Pajaro Aprendiz SENA MyV

Yuleth Pajaro Aprendiz SENA MyV

MERCADEO Y VENTAS NOVIEM

Este mensaje fue eliminado

Yuleth Pajaro Aprendiz SENA MyV

Dannid Meza Aprendiz SENA MyV
El consumidor es quien decide. Donde comprar. Que comprar. Por que comprar. Como lo compra. Cuanto compra. Como lo utiliza

+57 300 7597911
El mix de comunicación, o marketing mix, es una conocida herramienta de marketing, que desde nuestra empresa

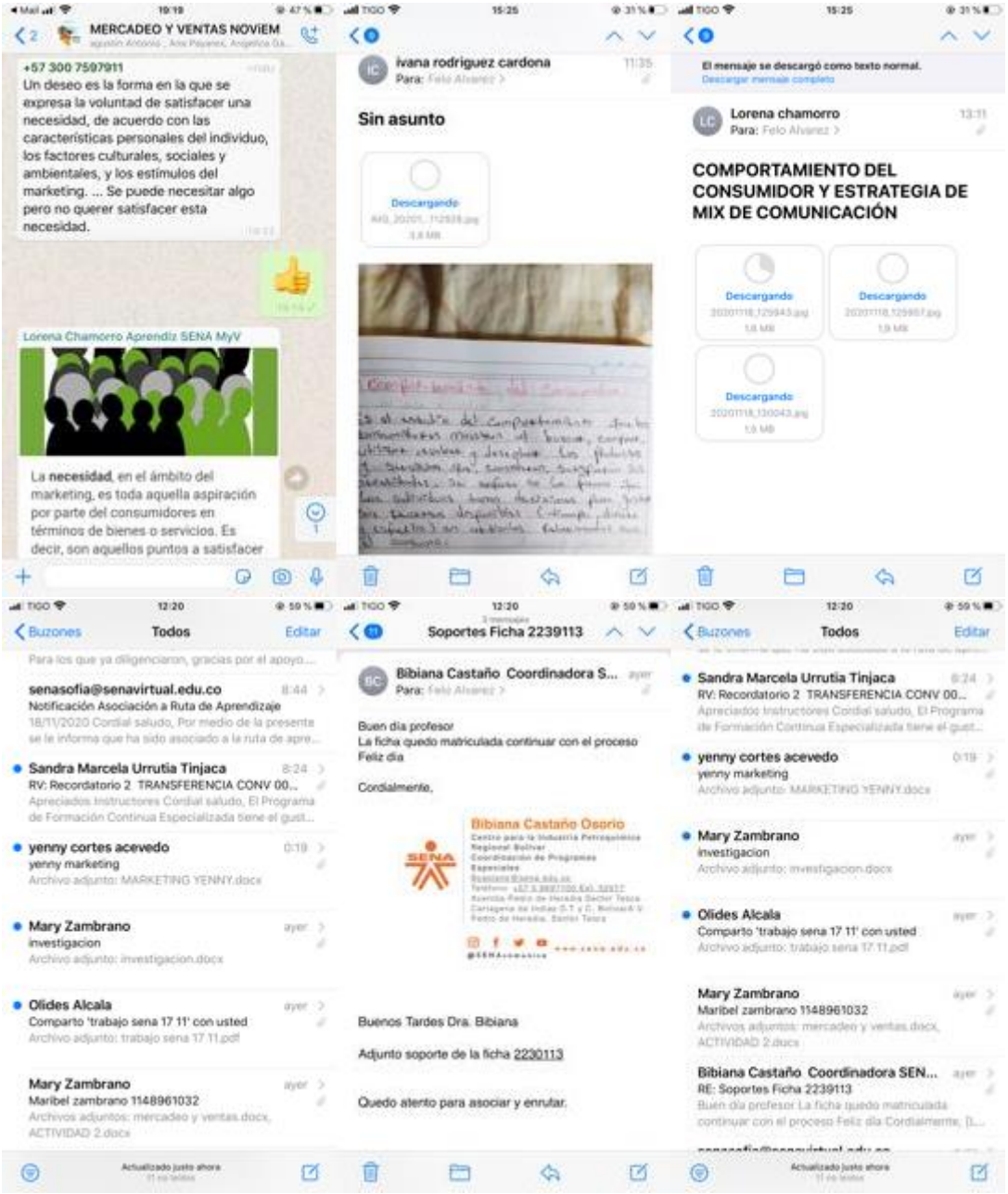
MERCADEO Y VENTAS NOVIEM

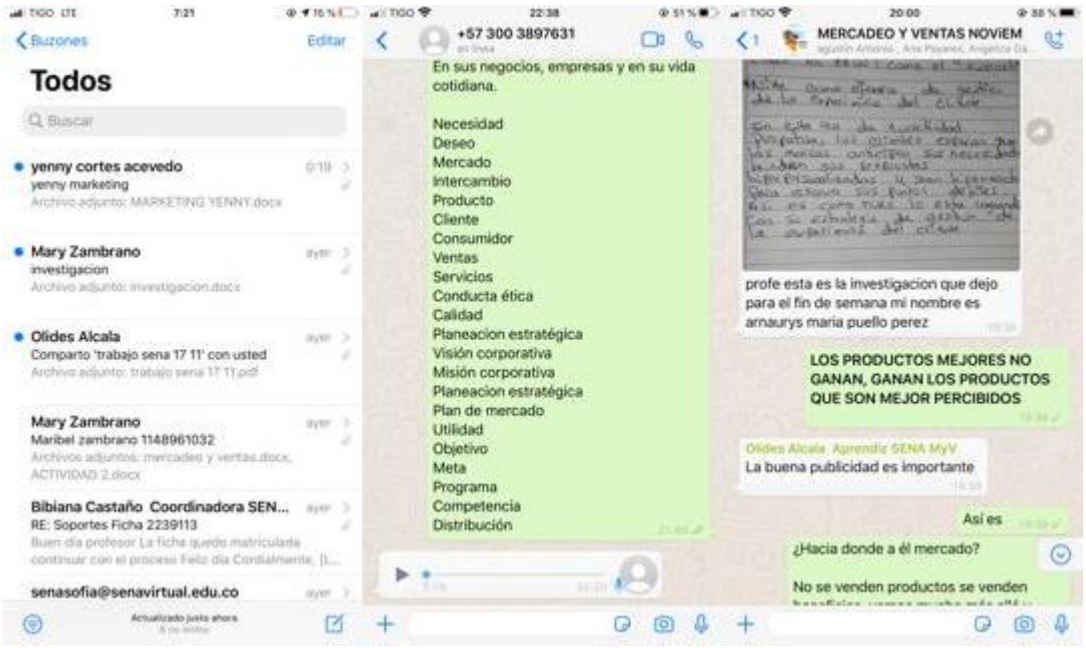
Yuleth Pajaro Aprendiz SENA MyV

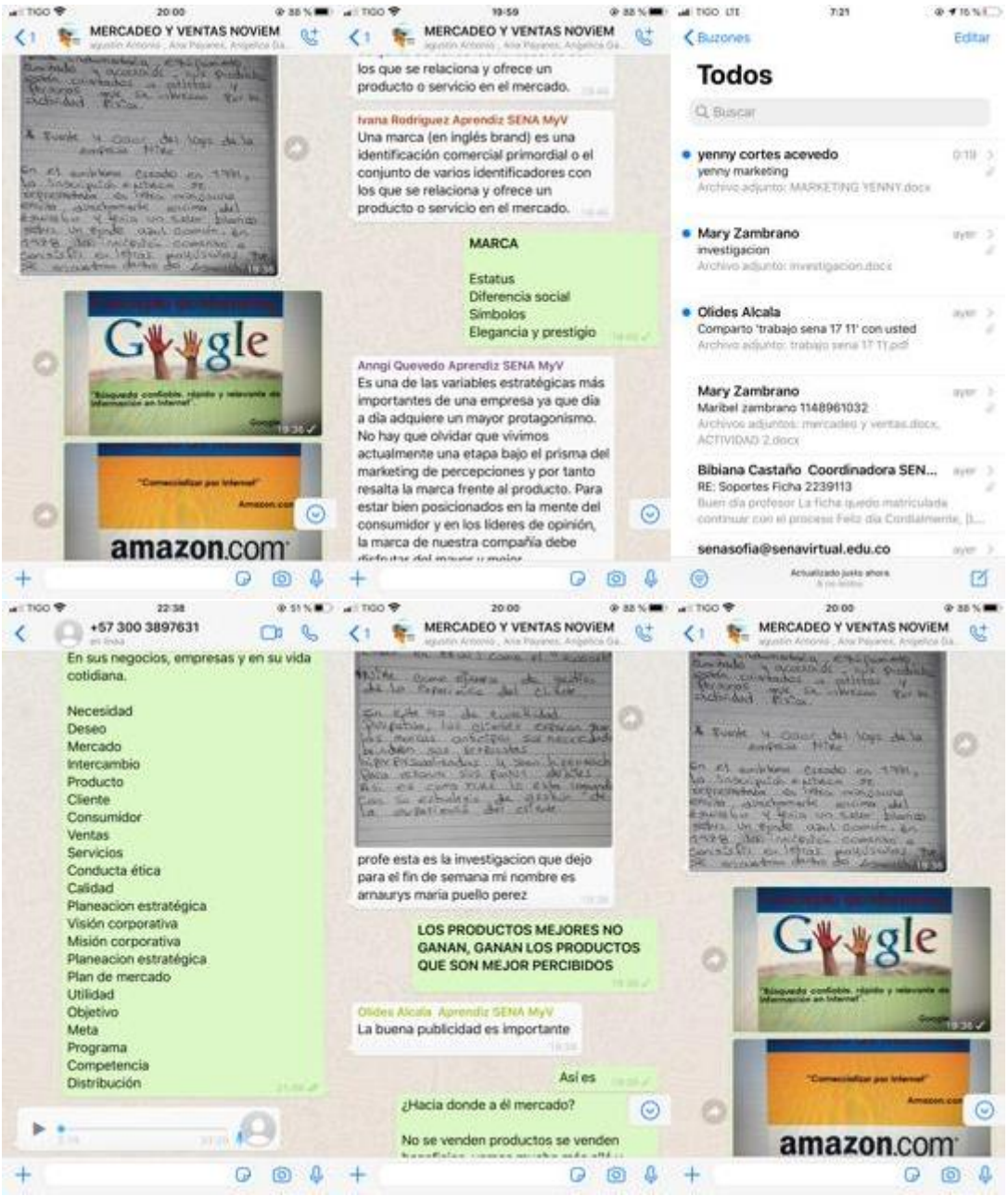
+57 300 7597911
Desde el punto de vista de la mercadotecnia, el mercado está formado por todos los consumidores o compradores potenciales de un producto. El tamaño de este, desde una perspectiva, guarda una estrecha relación con el número de compradores que existirían para una oferta

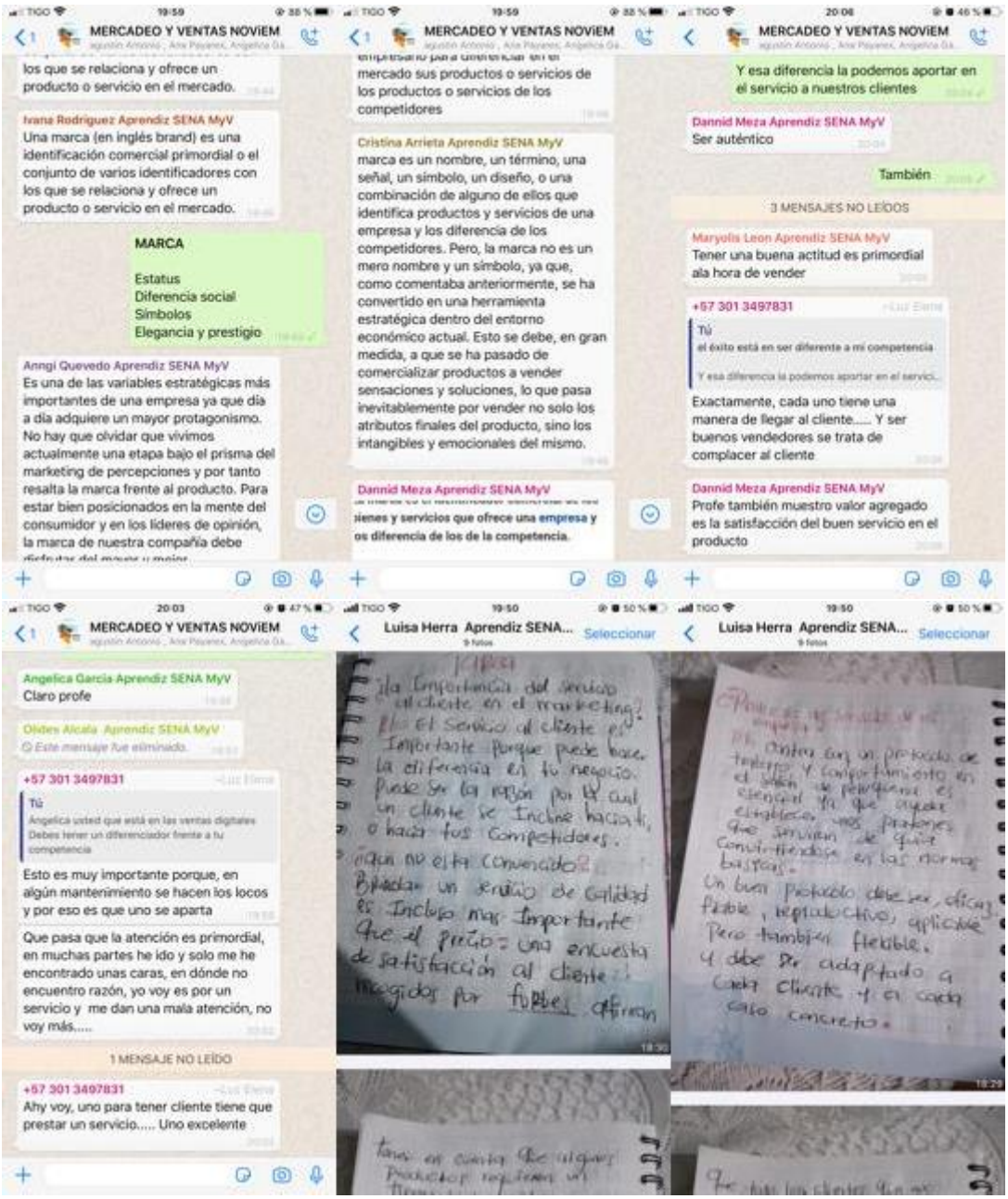
El comportamiento del consumidor es el estudio del comportamiento que los consumidores muestran al buscar,

Angelica Garcia Aprendiz SENA MyV
El centro del comportamiento del consumidor es el entendimiento del ser humano, sus necesidades, sus deseos, las emociones, los sueños y aspiraciones. Entender las razones por las cuales consume una categoría específica de producto, identificar los procesos racionales y emocionales en la selección de una marca. La mayoría de las cosas que compramos tienen un alto contenido emocional, el cual, es muy

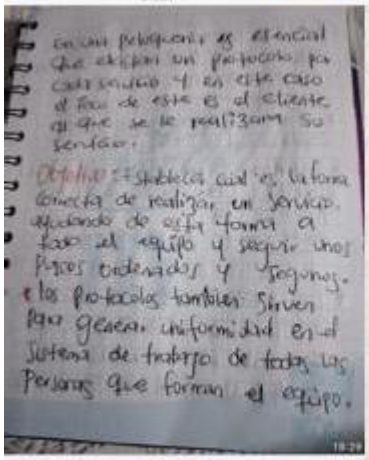

MERCADEO Y VENTAS NOVIEM
+57 300 7597911
Un deseo es la forma en la que se expresa la voluntad de satisfacer una necesidad, de acuerdo con las características personales del individuo, los factores culturales, sociales y ambientales, y los estímulos del marketing. ... Se puede necesitar algo pero no querer satisfacer esta necesidad.
Lorena Chamorro Aprendiz SENA MyV
La necesidad, en el ámbito del marketing, es toda aquella aspiración por parte del consumidores en términos de bienes o servicios. Es decir, son aquellos puntos a satisfacer
ivana rodriguez cardona
Para: Felo Alvarez
Sin asunto
Descargando
El mensaje se descargó como texto normal.
Descargar mensaje completo
Lorena chamorro
Para: Felo Alvarez
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y ESTRATEGIA DE MIX DE COMUNICACIÓN
Descargando
Descargando
Descargando
Buzones
Todos
Editar
senasofia@senavirtual.edu.co
Notificación Asociación a Ruta de Aprendizaje
Sandra Marcela Urrutia Tinjaca
RV: Recordatorio 2 TRANSFERENCIA CONV 00...
yenny cortes acevedo
yenny marketing
Archivo adjunto: MARKETING YENNY.docx
Mary Zambrano
investigacion
Archivo adjunto: investigacion.docx
Olides Alcala
Comparto 'trabajo sena 17 11' con usted
Archivo adjunto: trabajo sena 17 11.pdf
Mary Zambrano
Maribel zambrano 1148961032
Archivos adjuntos: mercadeo y ventas.docx, ACTIVIDAD 2.docx
Soportes Ficha 2239113
Bibiana Castaño Coordinadora S...
Para: Felo Alvarez
Buen dia profesor
La ficha quedo matriculada continuar con el proceso
Feliz dia
Cordialmente,
Bibiana Castaño Osorio
Buenos Tardes Dra. Bibiana
Adjunto soporte de la ficha 2230113
Quedo atento para asociar y enrutar.
Bibiana Castaño Coordinadora SEN...
RE: Soportes Ficha 2239113


Buzones
Editar
Todos
Buscar
yenny cortes acevedo
yenny marketing
Archivo adjunto: MARKETING YENNY.docx
Mary Zambrano
investigacion
Archivo adjunto: investigacion.docx
Olides Alcala
Comparto 'trabajo sena 17 11' con usted
Archivo adjunto: trabajo sena 17 11.pdf
Mary Zambrano
Maribel zambrano 1148961032
Archivos adjuntos: mercadeo y ventas.docx, ACTIVIDAD 2.docx
Bibiana Castaño Coordinadora SEN...
RE: Soportes Ficha 2239113
Buen dia profesor La ficha quedo matriculada continuar con el proceso Feliz dia Cordialmente, [...
senasofia@senavirtual.edu.co
Actualizado justo ahora
+57 300 3897631
En sus negocios, empresas y en su vida cotidiana.
Necesidad
Deseo
Mercado
Intercambio
Producto
Cliente
Consumidor
Ventas
Servicios
Conducta ética
Calidad
Planeacion estratégica
Visión corporativa
Misión corporativa
Planeacion estratégica
Plan de mercado
Utilidad
Objetivo
Meta
Programa
Competencia
Distribución
MERCADEO Y VENTAS NOVIEM
profe esta es la investigacion que dejo para el fin de semana mi nombre es arnaurys maria puello perez
LOS PRODUCTOS MEJORES NO GANAN, GANAN LOS PRODUCTOS QUE SON MEJOR PERCIBIDOS
Olides Alcala Aprendiz SENA MyV
La buena publicidad es importante
Así es
¿Hacia donde a él mercado?
No se venden productos se venden


MERCADEO Y VENTAS NOVIEM
Google
amazon.com
los que se relaciona y ofrece un producto o servicio en el mercado.
Ivana Rodriguez Aprendiz SENA MyV
Una marca (en inglés brand) es una identificación comercial primordial o el conjunto de varios identificadores con los que se relaciona y ofrece un producto o servicio en el mercado.
MARCA
Estatus
Diferencia social
Símbolos
Elegancia y prestigio
Anngi Quevedo Aprendiz SENA MyV
Es una de las variables estratégicas más importantes de una empresa ya que día a día adquiere un mayor protagonismo. No hay que olvidar que vivimos actualmente una etapa bajo el prisma del marketing de percepciones y por tanto resalta la marca frente al producto. Para estar bien posicionados en la mente del consumidor y en los líderes de opinión, la marca de nuestra compañía debe
Buzones
Editar
Todos
Buscar
yenny cortes acevedo
yenny marketing
Archivo adjunto: MARKETING YENNY.docx
Mary Zambrano
investigacion
Archivo adjunto: investigacion.docx
Olides Alcala
Comparto 'trabajo sena 17 11' con usted
Archivo adjunto: trabajo sena 17 11.pdf
Mary Zambrano
Maribel zambrano 1148961032
Archivos adjuntos: mercadeo y ventas.docx, ACTIVIDAD 2.docx
Bibiana Castaño Coordinadora SEN...
RE: Soportes Ficha 2239113
Buen día profesor La ficha quedo matriculada continuar con el proceso Feliz día Cordialmente, [1...
senasofia@senavirtual.edu.co
Actualizado justo ahora
+57 300 3897631
En sus negocios, empresas y en su vida cotidiana.
Necesidad
Deseo
Mercado
Intercambio
Producto
Cliente
Consumidor
Ventas
Servicios
Conducta ética
Calidad
Planeacion estratégica
Visión corporativa
Misión corporativa
Planeacion estratégica
Plan de mercado
Utilidad
Objetivo
Meta
Programa
Competencia
Distribución
profe esta es la investigacion que dejo para el fin de semana mi nombre es arnaurys maria puello perez
LOS PRODUCTOS MEJORES NO GANAN, GANAN LOS PRODUCTOS QUE SON MEJOR PERCIBIDOS
Olides Alcala Aprendiz SENA MyV
La buena publicidad es importante
Así es
¿Hacia donde a él mercado?
No se venden productos se venden


MERCADEO Y VENTAS NOVIEM
los que se relaciona y ofrece un producto o servicio en el mercado.
Ivana Rodriguez Aprendiz SENA MyV
Una marca (en inglés brand) es una identificación comercial primordial o el conjunto de varios identificadores con los que se relaciona y ofrece un producto o servicio en el mercado.
MARCA
Estatus
Diferencia social
Símbolos
Elegancia y prestigio
Anngi Quevedo Aprendiz SENA MyV
Es una de las variables estratégicas más importantes de una empresa ya que día a día adquiere un mayor protagonismo. No hay que olvidar que vivimos actualmente una etapa bajo el prisma del marketing de percepciones y por tanto resalta la marca frente al producto. Para estar bien posicionados en la mente del consumidor y en los líderes de opinión, la marca de nuestra compañía debe
mercado sus productos o servicios de los productos o servicios de los competidores
Cristina Arrieta Aprendiz SENA MyV
marca es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y los diferencia de los competidores. Pero, la marca no es un mero nombre y un símbolo, ya que, como comentaba anteriormente, se ha convertido en una herramienta estratégica dentro del entorno económico actual. Esto se debe, en gran medida, a que se ha pasado de comercializar productos a vender sensaciones y soluciones, lo que pasa inevitablemente por vender no solo los atributos finales del producto, sino los intangibles y emocionales del mismo.
Dannid Meza Aprendiz SENA MyV
Y esa diferencia la podemos aportar en el servicio a nuestros clientes
Dannid Meza Aprendiz SENA MyV
Ser auténtico
También
3 MENSAJES NO LEÍDOS
Maryolis Leon Aprendiz SENA MyV
Tener una buena actitud es primordial ala hora de vender
+57 301 3497831
Tú
el éxito está en ser diferente a mi competencia
Y esa diferencia la podemos aportar en el servici...
Exactamente, cada uno tiene una manera de llegar al cliente..... Y ser buenos vendedores se trata de complacer al cliente
Dannid Meza Aprendiz SENA MyV
Profe también muestro valor agregado es la satisfacción del buen servicio en el producto
MERCADEO Y VENTAS NOVIEM
Angelica Garcia Aprendiz SENA MyV
Claro profe
Olvier Alcala Aprendiz SENA MyV
Este mensaje fue eliminado.
+57 301 3497831
Tú
Angelica usted que está en las ventas digitales Debes tener un diferenciador frente a tu competencia
Esto es muy importante porque, en algún mantenimiento se hacen los locos y por eso es que uno se aparta
Que pasa que la atención es primordial, en muchas partes he ido y solo me he encontrado unas caras, en dónde no encuentro razón, yo voy es por un servicio y me dan una mala atención, no voy más.....
1 MENSAJE NO LEÍDO
+57 301 3497831
Ahy voy, uno para tener cliente tiene que prestar un servicio..... Uno excelente
Luisa Herra Aprendiz SENA...
9 fotos
Seleccionar
¿La importancia del servicio al cliente en el marketing?
El servicio al cliente es importante porque puede hacer la diferencia en tu negocio. Puede ser la razón por la cual un cliente se incline hacia ti, o hacia tus competidores.
¿Aún no estás convencido?
Brindar un servicio de calidad es incluso más importante que el precio: una encuesta de satisfacción al cliente: ¡Inmejorables por fuera, afirman
Luisa Herra Aprendiz SENA...
9 fotos
Seleccionar

Luisa Herra Aprendiz SENA... Seleccionar



MERCADEO Y VENTAS NOVIEM

+57 301 3497831
La importancia del servicio al cliente en el marketing es que en la empresa se posiciona como la mejor por medio del cliente

Luis Ospino Aprendiz SENA MyV
el servicio al cliente busca hacer sentir a gusto a los usuarios con su interacción y relación con una compañía o marca para que nunca la olviden y siempre la consideren una de sus principales alternativas de compra.

este es el ciclo de servicio

fórmula característica para la prestación de un servicio. Debe llevar un beneficio a partir de valores agregados para el cliente y ubica a la empresa en una posición real competitiva.

+57 301 3497831
0:25
Muy bien todas las empresa deben implementar estos protocolos

+57 301 3497831
La importancia del servicio al cliente en el marketing es que en la empresa se posiciona como la mejor por medio del cliente

Luis Ospino Aprendiz SENA MyV
el servicio al cliente busca hacer sentir a gusto a los usuarios con su interacción y relación con una compañía o marca para que nunca la olviden y siempre la consideren una de sus principales alternativas de compra.

MERCADEO Y VENTAS NOVIEM

+57 300 7597911
Es de gran importancia que podamos hacer sentir a nuestros clientes a gusto con el producto/servicio que se llevan y que queden con ganas de volver, no solo por ofrecer un producto de calidad sino por el trato o protocolo que ellos reciben desde que preguntan el valor de algo a través de plataformas digitales o pisen nuestra tienda física, adquieran o no aquello que se ofrece

EL MOMENTO DE VERDAD ES UN EPISODIO O UN INSTANTE EN EL CUAL EL CLIENTE ENTRA EN CONTACTO CON CUALQUIER PERSONA O CUALQUIER ASPECTO DE LA ORGANIZACIÓN Y TIENE UNA IMPRESIÓN SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO.

Un momento de verdad no es positivo ni negativo, en si lo que cuenta es la impresión que se lleva el Cliente del servicio que se le prestó.

la importacia de un buen protocolo de servicio

Olides Alcala Aprendiz SENA MyV
De eso depende que a el cliente siempre

MERCADEO Y VENTAS NOVIEM

escuchar las necesidades y peticiones realizadas por el cliente.

Solución: En este punto se debe buscar la resolución de las inquietudes, buscando la satisfacción del cliente.

Angelica Garcia Aprendiz SENA M...

Angelica Garcia Aprendiz SENA MyV
Maribel Zambrano Aprendiz SENA MyV
Apertura: Inicia con una bienvenida y un saludo que permita la acogida al cliente, de manera que se sienta tratado con respeto y consideración.
Excelente

Instructivo de Protocolo de Atención al Cliente.pdf • 18 páginas
Muy completo este ejemplo

Maribel Zambrano Aprendiz SENA MyV
Apertura: Inicia con una bienvenida y un saludo que permita la acogida al cliente, de manera que se sienta tratado con respeto y consideración.
Excelente

MERCADEO Y VENTAS NOVIEM

Angelica Garcia Aprendiz SENA M...

Olides Alcala Aprendiz SENA MyV
Ok profe

Angelica Garcia Aprendiz SENA MyV
0:34
Excelente intervención

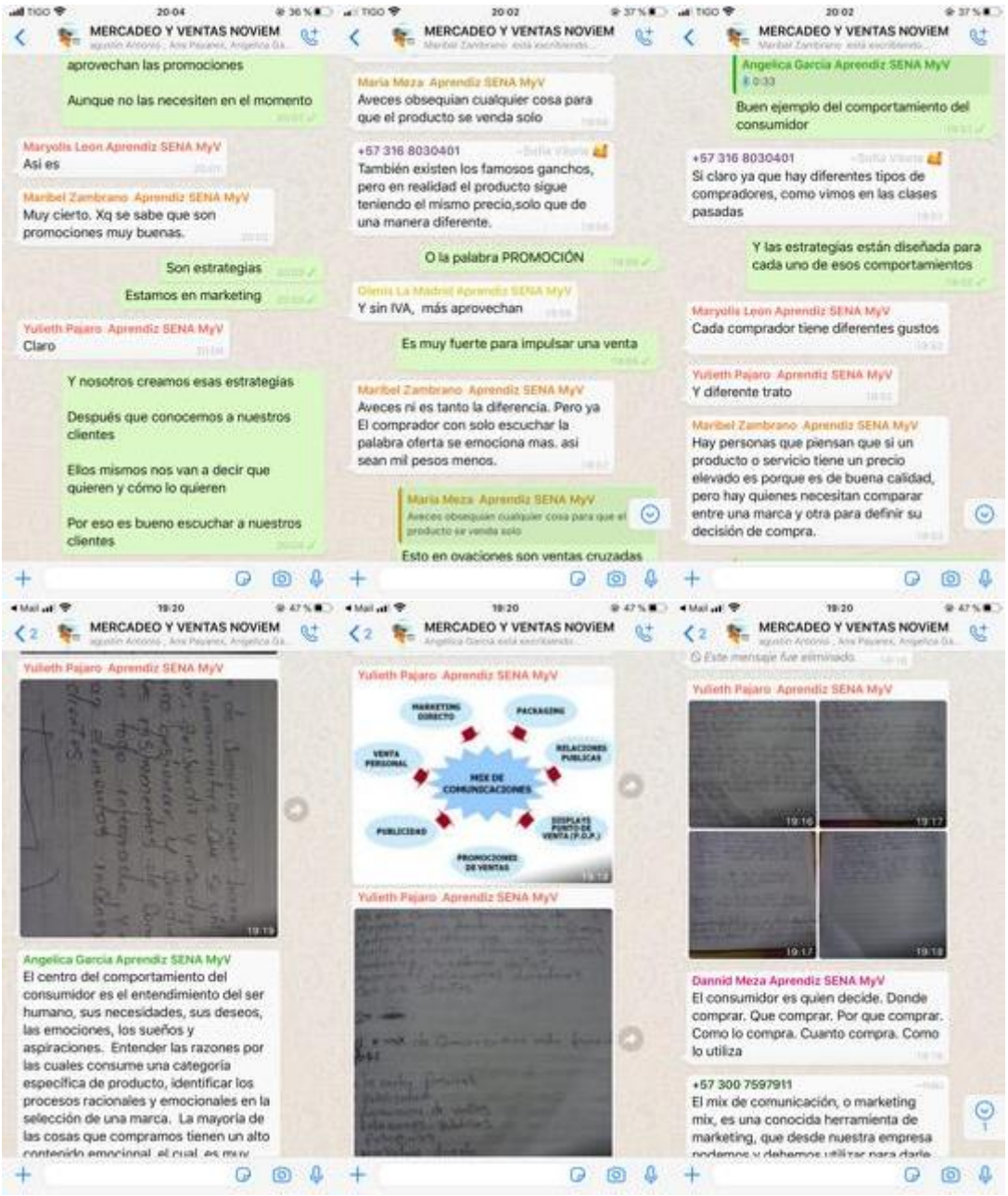
Edelmira Pedraza Aprendiz SENA MyV

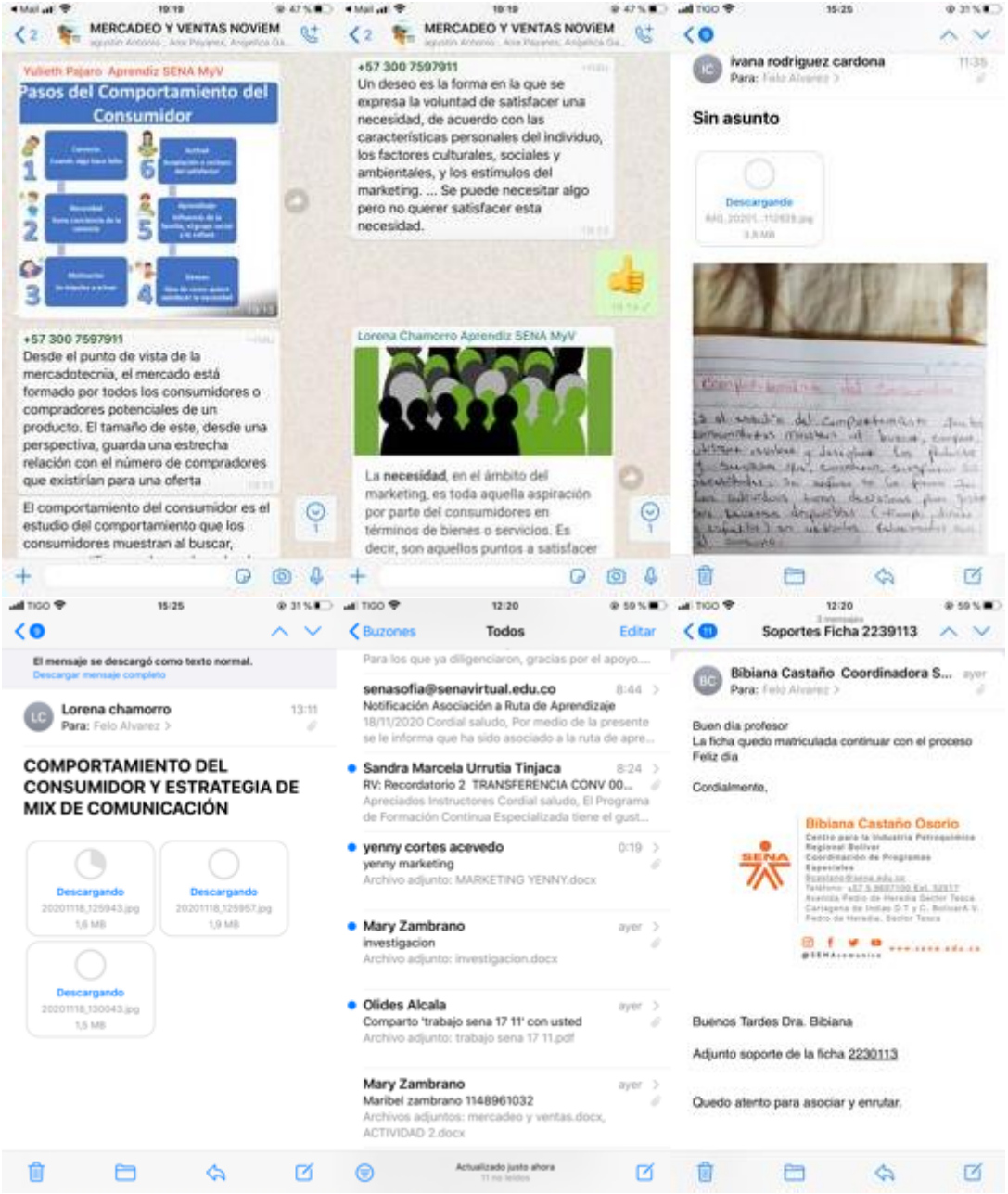
Instructivo de Protocolo de Atención al Cliente.pdf

Maribel Zambrano Aprendiz SENA MyV
Apertura: Inicia con una bienvenida y un saludo que permita la acogida al cliente, de manera que se sienta tratado con respeto y consideración.

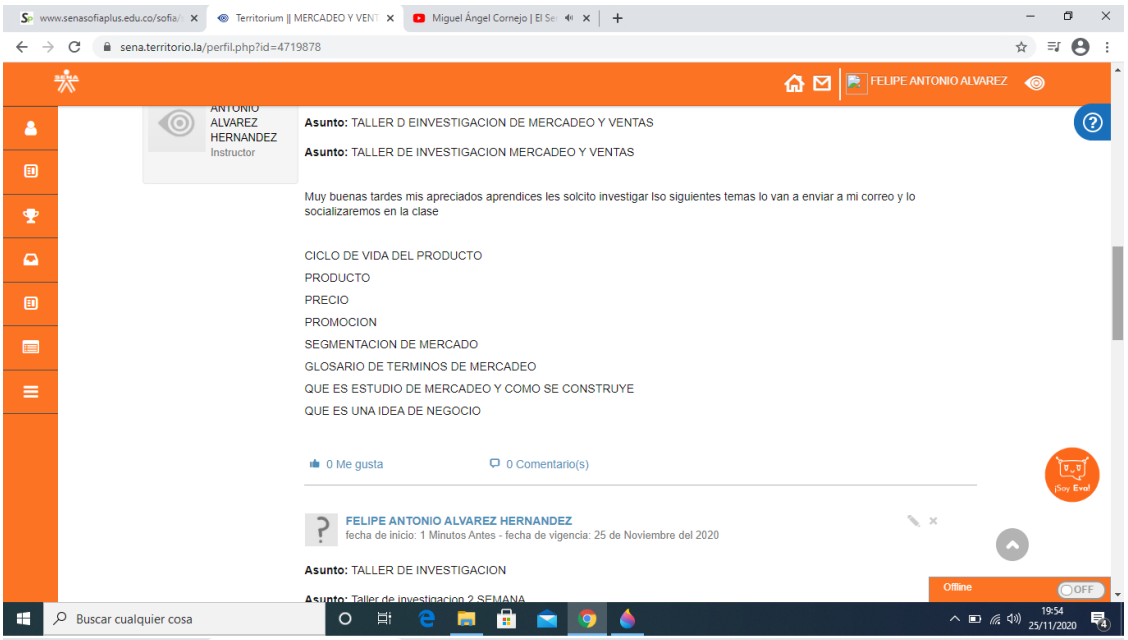
Análisis y comprensión: el objetivo es

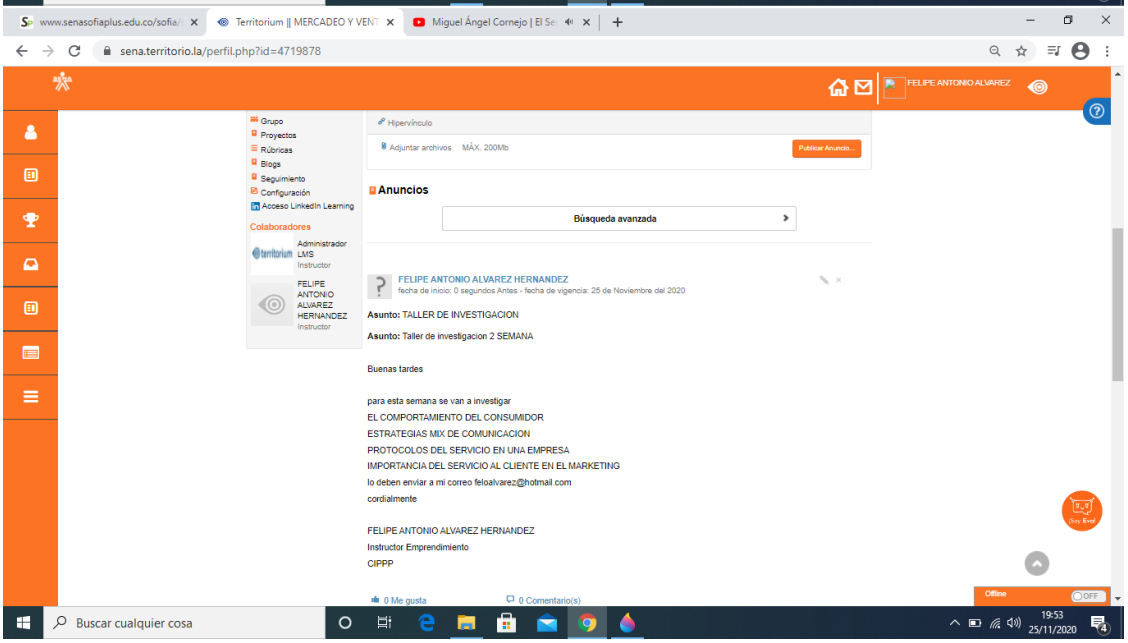
MERCADEO Y VENTAS NOVIEM
Cuando una persona llega llega a una empresa la forma como lo recibe el vigilante
Luis Ospino Aprendiz SENA MyV
yo lo puse en practica cuando trabajaba en una eps, no de su totalidad pero si lo implemente.
Oldes Alcala Aprendiz SENA MyV
Cuando una persona llega llega a una empresa la forma como lo recibe el vigilante
Muy bien
Luis Ospino Aprendiz SENA MyV
yo estaba en linea del frente y me tocaba atender todo tipo de afiliados y hasta incluso gerentes de empresas.
Estefanny Pedraza Aprendiz SENA MyV
Buenas noches para todos
Oldes Alcala Aprendiz SENA MyV
El protocolo ayuda a qué una transacción o interacción se desarrolle sin problemas ya que muchas veces hay replicas
Yulieth Pajaro Aprendiz...
Comunicacion Precencial
PROTOCOLO DE SERVIC...
Comunicación Telefónica
Cuando el cliente decide llamar al teléfono, el o la recepcionista este debe ser cordial y atenderlo como si estuviera hablando personalmente, son atentos pero es muy demorado.
Hoy
Ok
4 MENSAJES NO LEÍDOS
Profe busque esto
PROTOCOLO DE SERVIC...
PROTOCOLO DE SERVICIOS
Elementos Para Brindar Servicios De Calidad
Comunicacion Precencial
de vincularse a distintos públicos, para lograr un conceso y fidelidad para una empresa
Muy bien
Yulieth Pajaro Aprendiz SENA MyV
Como relaciones públicas (o RR. PP. por sus siglas) se denomina la actividad profesional que se encarga de gestionar la comunicación, la interacción y la imagen que una persona, organización o institución proyecta a su público.
Gleins La Madrid Aprendiz SENA MyV
relaciones públicas
+57 301 3497831
El patrocinio es una relación con una compañía para presentarse entre varios públicos y ganar más.....
Excelente grupo
Greiss Aprendiz SENA MyV
Relaciónes públicas
Es fundamental para obtener clientes y una buena opinión del público
Gleins La Madrid Aprendiz SENA MyV
Yulieth Pajaro Aprendiz SENA MyV
El direct marketing o el marketing directo es una tipología de campaña publicitaria que busca desencadenar un resultado en un target concreto. Por poner un par de ejemplos, pueden ser visitas a una ecommerce o completar el formulario de una landing page solicitando información de la marca.
+57 301 3497831
Las relaciones públicas son la capacidad de vincularse a distintos públicos, para lograr un conceso y fidelidad para una empresa
quieren y cómo lo quieren
Por eso es bueno escuchar a nuestros clientes
Maribel Zambrano Aprendiz SENA MyV
Así es. lo importante de estudiar el comportamiento de cada comprador nos ayudara a tener nuevas estrategias para tener una venta mas efectiva.
Maria Meza Aprendiz SENA MyV
Así es es profe tener dinámica seguridad amabilidad y respeto con las opiniones de nuestros clientes
+57 301 3497831

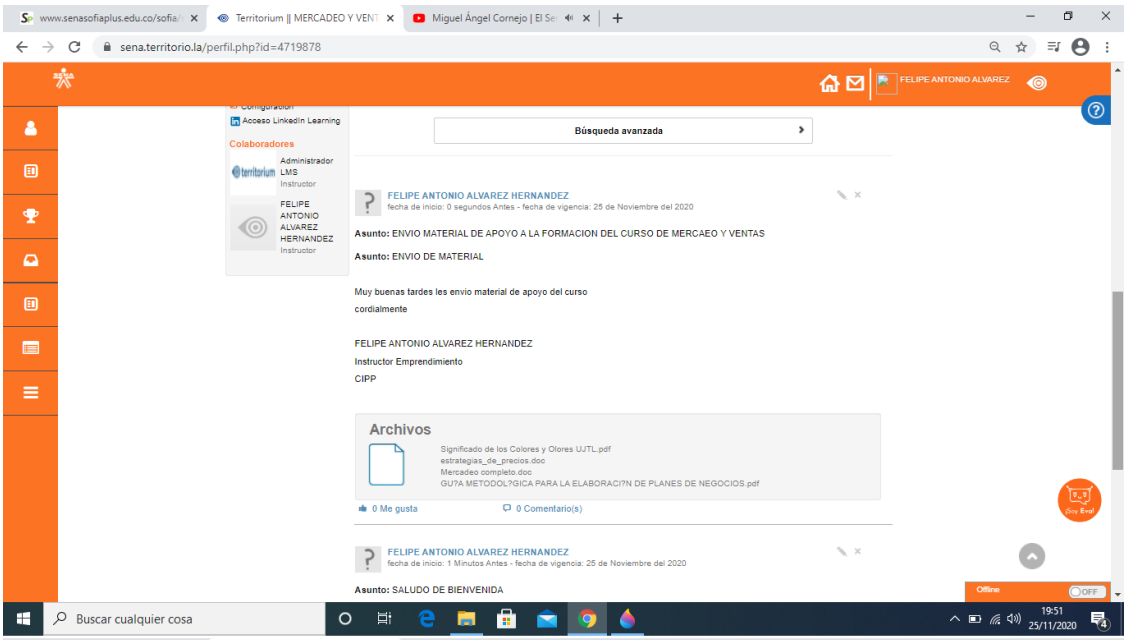

MERCADEO Y VENTAS NOVIEM
aprovechan las promociones
Aunque no las necesiten en el momento
Maryolis Leon Aprendiz SENA MyV
Asi es
Maribel Zambrano Aprendiz SENA MyV
Muy cierto. Xq se sabe que son promociones muy buenas.
Son estrategias
Estamos en marketing
Yulieth Pajaro Aprendiz SENA MyV
Claro
Y nosotros creamos esas estrategias
Después que conocemos a nuestros clientes
Ellos mismos nos van a decir que quieren y cómo lo quieren
Por eso es bueno escuchar a nuestros clientes
MERCADEO Y VENTAS NOVIEM
María Meza Aprendiz SENA MyV
Aveces obsequian cualquier cosa para que el producto se venda solo
+57 316 8030401
También existen los famosos ganchos, pero en realidad el producto sigue teniendo el mismo precio,solo que de una manera diferente.
O la palabra PROMOCIÓN
Olenis La Madrid Aprendiz SENA MyV
Y sin IVA, más aprovechan
Es muy fuerte para impulsar una venta
Maribel Zambrano Aprendiz SENA MyV
Aveces ni es tanto la diferencia. Pero ya El comprador con solo escuchar la palabra oferta se emociona mas. asi sean mil pesos menos.
María Meza Aprendiz SENA MyV
Aveces obsequian cualquier cosa para que el producto se venda solo
Esto en ovaciones son ventas cruzadas
MERCADEO Y VENTAS NOVIEM
Angelica Garcia Aprendiz SENA MyV
Buen ejemplo del comportamiento del consumidor
+57 316 8030401
Si claro ya que hay diferentes tipos de compradores, como vimos en las clases pasadas
Y las estrategias están diseñada para cada uno de esos comportamientos
Maryolis Leon Aprendiz SENA MyV
Cada comprador tiene diferentes gustos
Yulieth Pajaro Aprendiz SENA MyV
Y diferente trato
Maribel Zambrano Aprendiz SENA MyV
Hay personas que piensan que si un producto o servicio tiene un precio elevado es porque es de buena calidad, pero hay quienes necesitan comparar entre una marca y otra para definir su decisión de compra.
MERCADEO Y VENTAS NOVIEM
Yulieth Pajaro Aprendiz SENA MyV
Angelica Garcia Aprendiz SENA MyV
El centro del comportamiento del consumidor es el entendimiento del ser humano, sus necesidades, sus deseos, las emociones, los sueños y aspiraciones. Entender las razones por las cuales consume una categoría específica de producto, identificar los procesos racionales y emocionales en la selección de una marca. La mayoría de las cosas que compramos tienen un alto contenido emocional, el cual, es muy
MERCADEO Y VENTAS NOVIEM
Yulieth Pajaro Aprendiz SENA MyV
MIX DE COMUNICACIONES
MARKETING DIRECTO
PACKAGING
RELACIONES PUBLICAS
VENTA PERSONAL
PUBLICIDAD
DISPLAYS PUNTO DE VENTA (P.O.P.)
PROMOCIONES DE VENTAS
Yulieth Pajaro Aprendiz SENA MyV
MERCADEO Y VENTAS NOVIEM
Este mensaje fue eliminado.
Yulieth Pajaro Aprendiz SENA MyV
Dannid Meza Aprendiz SENA MyV
El consumidor es quien decide. Donde comprar. Que comprar. Por que comprar. Como lo compra. Cuanto compra. Como lo utiliza
+57 300 7597911
El mix de comunicación, o marketing mix, es una conocida herramienta de marketing, que desde nuestra empresa

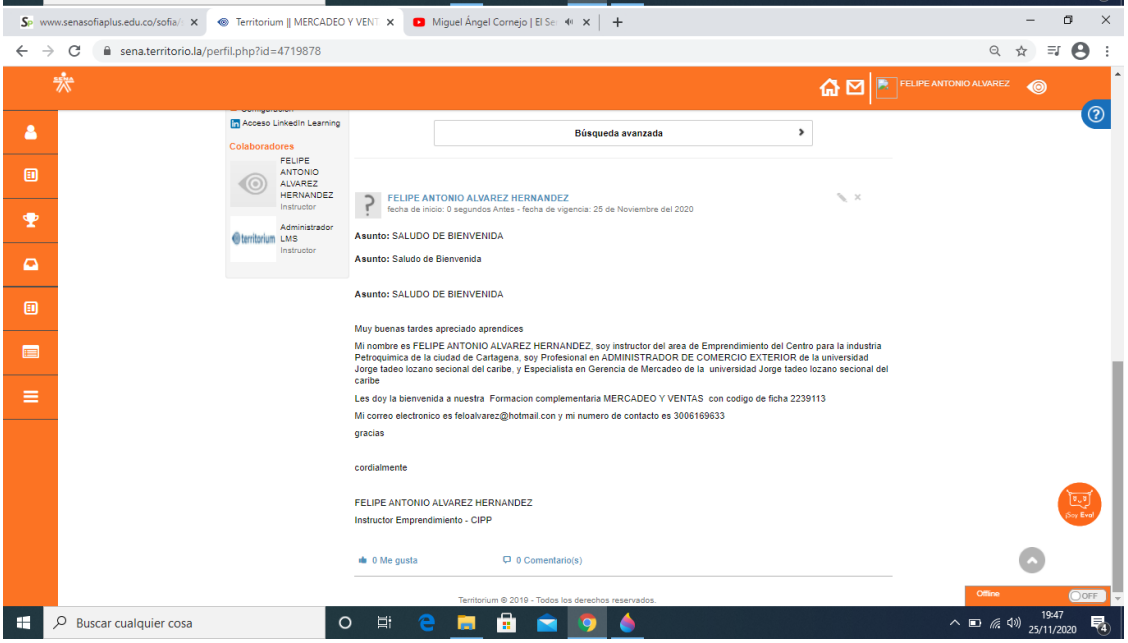

MERCADEO Y VENTAS NOVIEM
Yulieth Pajaro Aprendiz SENA MyV
Pasos del Comportamiento del Consumidor
+57 300 7597911
Desde el punto de vista de la mercadotecnia, el mercado está formado por todos los consumidores o compradores potenciales de un producto. El tamaño de este, desde una perspectiva, guarda una estrecha relación con el número de compradores que existirían para una oferta
El comportamiento del consumidor es el estudio del comportamiento que los consumidores muestran al buscar,
+57 300 7597911
Un deseo es la forma en la que se expresa la voluntad de satisfacer una necesidad, de acuerdo con las características personales del individuo, los factores culturales, sociales y ambientales, y los estímulos del marketing. ... Se puede necesitar algo pero no querer satisfacer esta necesidad.
Lorena Chamorro Aprendiz SENA MyV
La necesidad, en el ámbito del marketing, es toda aquella aspiración por parte del consumidores en términos de bienes o servicios. Es decir, son aquellos puntos a satisfacer
ivana rodriguez cardona
Para: Felo Alvarez
Sin asunto
Descargando
El mensaje se descargó como texto normal.
Descargar mensaje completo
Lorena chamorro
Para: Felo Alvarez
13:11
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y ESTRATEGIA DE MIX DE COMUNICACIÓN
Descargando
Descargando
Descargando
Buzones
Todos
Editar
senasofia@senavirtual.edu.co
8:44
Notificación Asociación a Ruta de Aprendizaje
18/11/2020 Cordial saludo, Por medio de la presente se le informa que ha sido asociado a la ruta de apre...
Sandra Marcela Urrutia Tinjaca
8:24
RV: Recordatorio 2 TRANSFERENCIA CONV 00...
Apreciados Instructores Cordial saludo, El Programa de Formación Continua Especializada tiene el gust...
yenny cortes acevedo
0:19
yenny marketing
Archivo adjunto: MARKETING YENNY.docx
Mary Zambrano
ayer
investigacion
Archivo adjunto: investigacion.docx
Olides Alcala
ayer
Comparto 'trabajo sena 17 11' con usted
Archivo adjunto: trabajo sena 17 11.pdf
Mary Zambrano
ayer
Maribel zambrano 1148961032
Archivos adjuntos: mercadeo y ventas.docx, ACTIVIDAD 2.docx
Actualizado justo ahora
Soportes Ficha 2239113
Bibiana Castaño Coordinadora S...
ayer
Para: Felo Alvarez
Buen dia profesor
La ficha quedo matriculada continuar con el proceso
Feliz dia
Cordialmente,
Bibiana Castaño Osorio
Buenos Tardes Dra. Bibiana
Adjunto soporte de la ficha 2230113
Quedo atento para asociar y enrutar.

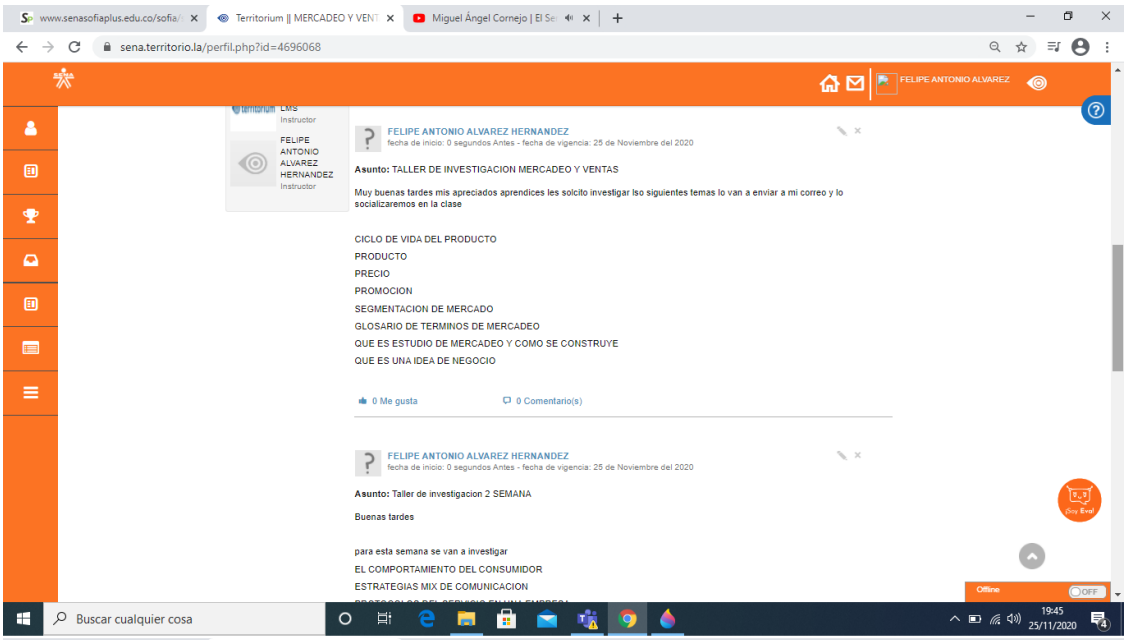
EVIDENCIA DE TERRITORIUM DE LAS FICHAS 2236226 – 2236228 – 2239112 – 2239113

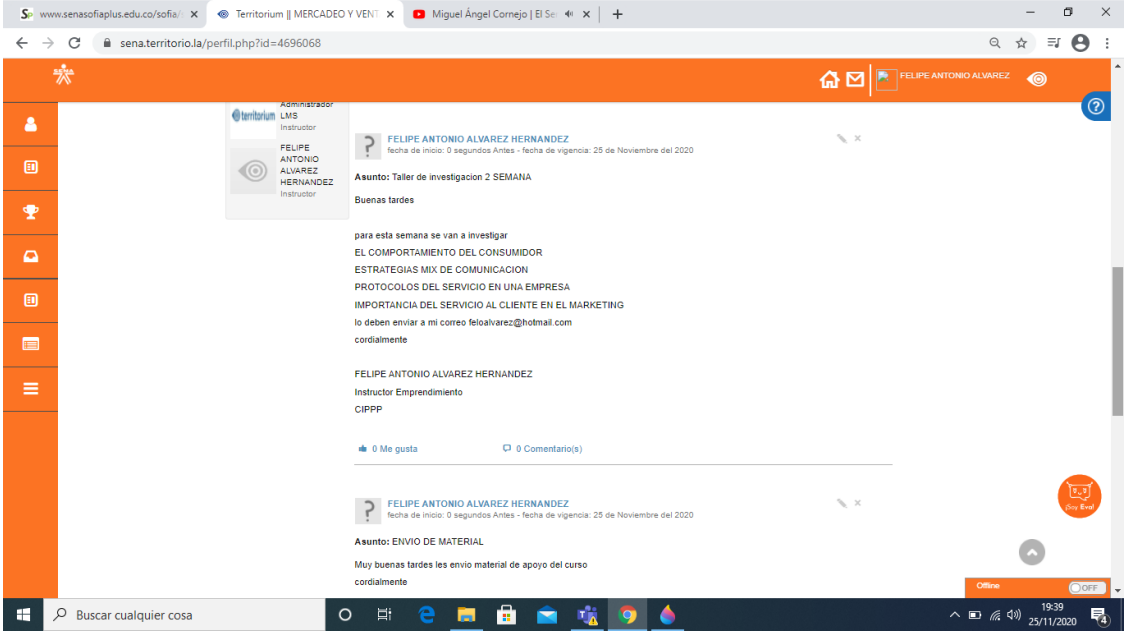

sena.territorio.la/perfil.php?id=4719878
FELIPE ANTONIO ALVAREZ
ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor
Asunto: TALLER D EINVESTIGACION DE MERCADEO Y VENTAS
Asunto: TALLER DE INVESTIGACION MERCADEO Y VENTAS
Muy buenas tardes mis apreciados aprendices les solcito investigar lso siguientes temas lo van a enviar a mi correo y lo socializaremos en la clase
CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO
PRODUCTO
PRECIO
PROMOCION
SEGMENTACION DE MERCADO
GLOSARIO DE TERMINOS DE MERCADEO
QUE ES ESTUDIO DE MERCADEO Y COMO SE CONSTRUYE
QUE ES UNA IDEA DE NEGOCIO
0 Me gusta
0 Comentario(s)
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
fecha de inicio: 1 Minutos Antes - fecha de vigencia: 25 de Noviembre del 2020
Asunto: TALLER DE INVESTIGACION
Offline
OFF
Buscar cualquier cosa
19:54
25/11/2020

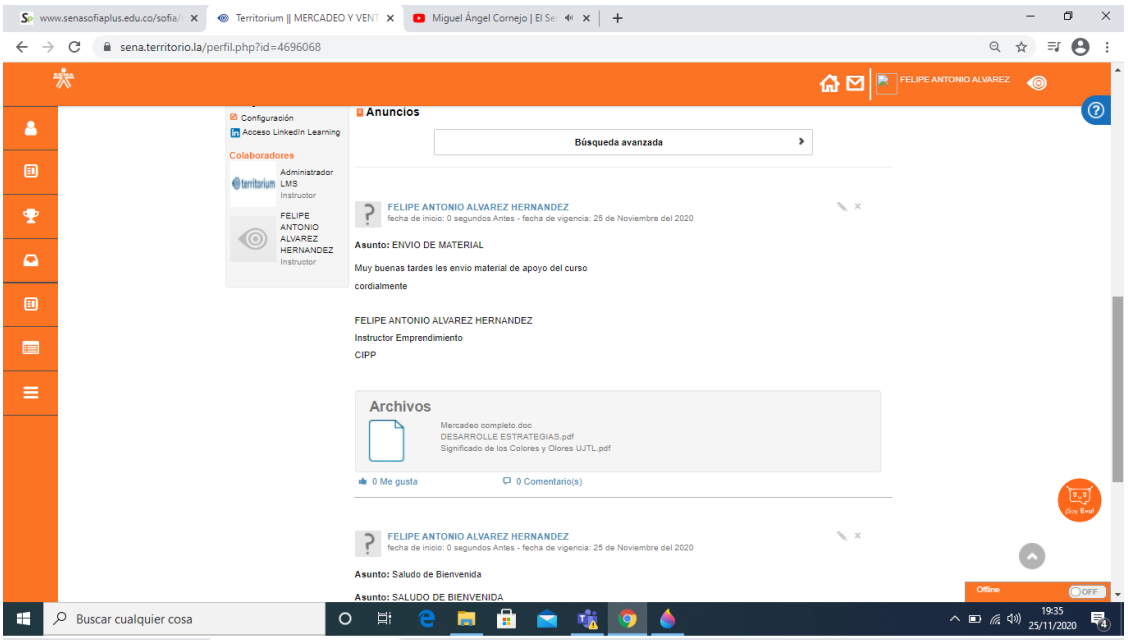

sena.territorio.la/perfil.php?id=4719878
FELIPE ANTONIO ALVAREZ
Grupo
Proyectos
Rúbricas
Blogs
Seguimiento
Configuración
Acceso LinkedIn Learning
Colaboradores
Administrador LMS
Instructor
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor
Hipervínculo
Adjuntar archivos MÁX. 200Mb
Publicar Anuncio...
Anuncios
Búsqueda avanzada
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
fecha de inicio: 0 segundos Antes - fecha de vigencia: 25 de Noviembre del 2020
Asunto: TALLER DE INVESTIGACION
Asunto: Taller de investigacion 2 SEMANA
Buenas tardes
para esta semana se van a investigar
EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
ESTRATEGIAS MIX DE COMUNICACION
PROTOCOLOS DEL SERVICIO EN UNA EMPRESA
IMPORTANCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL MARKETING
lo deben enviar a mi correo feloalvarez@hotmail.com
cordialmente
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor Emprendimiento
CIPPP
0 Me gusta
0 Comentario(s)
Offline
OFF
Buscar cualquier cosa
19:53
25/11/2020

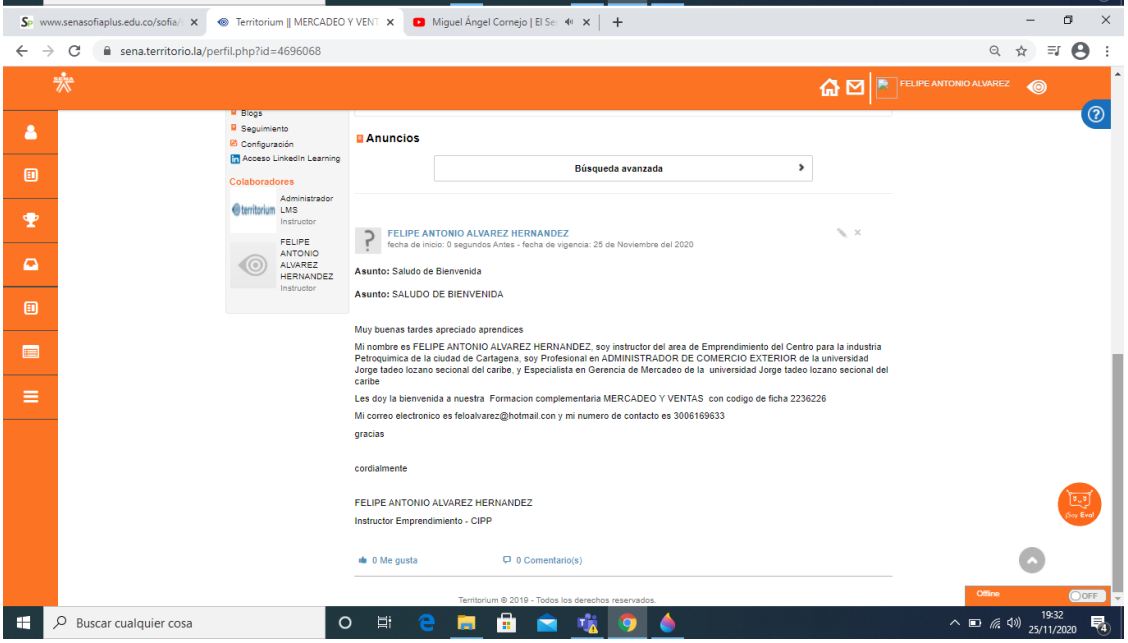

www.senasofiaplus.edu.co/sofia/
Territorium || MERCADEO Y VENT
Miguel Ángel Cornejo | El Se
sena.territorio.la/perfil.php?id=4719878
FELIPE ANTONIO ALVAREZ
Acceso LinkedIn Learning
Colaboradores
Administrador LMS
Instructor
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor
Búsqueda avanzada
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
fecha de inicio: 0 segundos Antes - fecha de vigencia: 25 de Noviembre del 2020
Asunto: ENVIO MATERIAL DE APOYO A LA FORMACION DEL CURSO DE MERCAEO Y VENTAS
Asunto: ENVIO DE MATERIAL
Muy buenas tardes les envio material de apoyo del curso
cordialmente
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor Emprendimiento
CIPP
Archivos
Significado de los Colores y Olores UJTL.pdf
estrategias_de_precios.doc
Mercadeo completo.doc
GU?A METODOL?GICA PARA LA ELABORACI?N DE PLANES DE NEGOCIOS.pdf
0 Me gusta
0 Comentario(s)
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
fecha de inicio: 1 Minutos Antes - fecha de vigencia: 25 de Noviembre del 2020
Asunto: SALUDO DE BIENVENIDA
Offline
OFF
Buscar cualquier cosa
19:51
25/11/2020

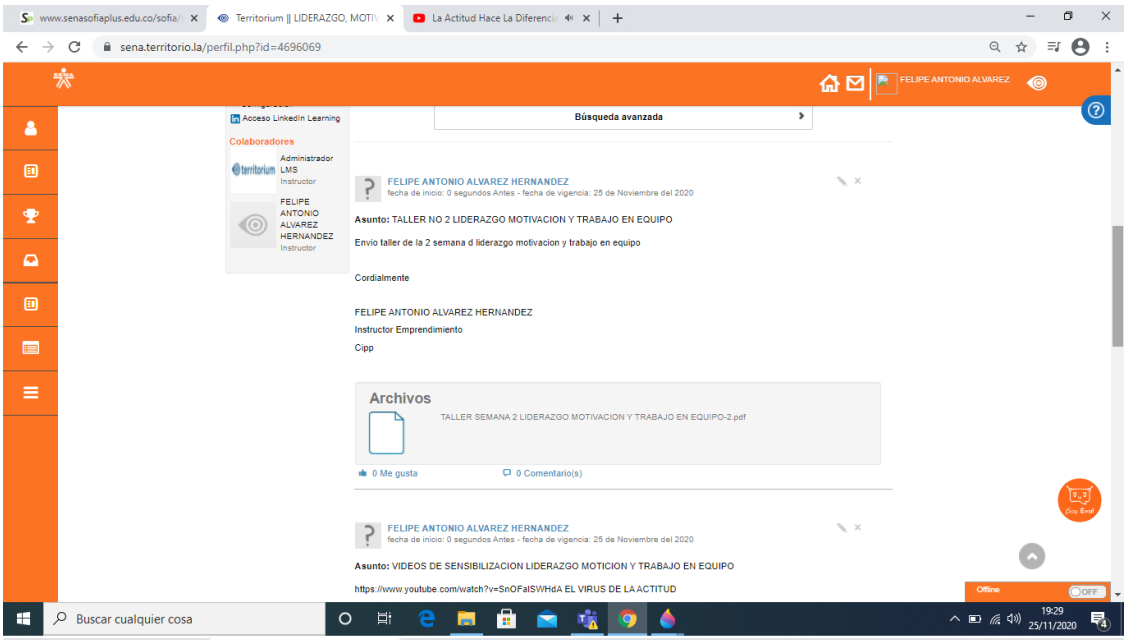

www.senasofiaplus.edu.co/sofia/
Territorium || MERCADEO Y VENT
Miguel Ángel Cornejo | El Se
sena.territorio.la/perfil.php?id=4719878
FELIPE ANTONIO ALVAREZ
Acceso LinkedIn Learning
Colaboradores
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor
Administrador LMS
Instructor
Búsqueda avanzada
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
fecha de inicio: 0 segundos Antes - fecha de vigencia: 25 de Noviembre del 2020
Asunto: SALUDO DE BIENVENIDA
Asunto: Saludo de Bienvenida
Asunto: SALUDO DE BIENVENIDA
Muy buenas tardes apreciado aprendices
Mi nombre es FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ, soy instructor del area de Emprendimiento del Centro para la industria Petroquimica de la ciudad de Cartagena, soy Profesional en ADMINISTRADOR DE COMERCIO EXTERIOR de la universidad Jorge tadeo lozano secional del caribe, y Especialista en Gerencia de Mercadeo de la universidad Jorge tadeo lozano secional del caribe
Les doy la bienvenida a nuestra Formacion complementaria MERCADEO Y VENTAS con codigo de ficha 2239113
Mi correo electronico es feloalvarez@hotmail.con y mi numero de contacto es 3006169633
gracias
cordialmente
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor Emprendimiento - CIPP
0 Me gusta
0 Comentario(s)
Territorium © 2019 - Todos los derechos reservados.
Offline
OFF
Buscar cualquier cosa
19:47
25/11/2020

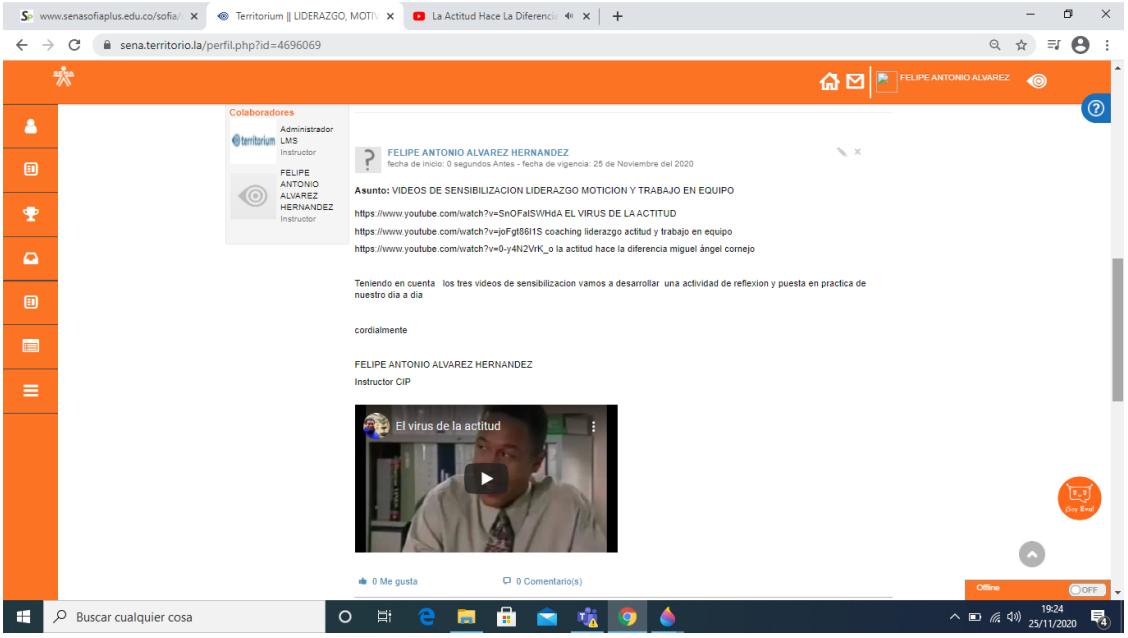

www.senasofiaplus.edu.co/sofia/
Territorium || MERCADEO Y VENT
Miguel Ángel Cornejo | El Se
sena.territorio.la/perfil.php?id=4696068
FELIPE ANTONIO ALVAREZ
territorium LMS
Instructor
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
fecha de inicio: 0 segundos Antes - fecha de vigencia: 25 de Noviembre del 2020
Asunto: TALLER DE INVESTIGACION MERCADEO Y VENTAS
Muy buenas tardes mis apreciados aprendices les solcito investigar lso siguientes temas lo van a enviar a mi correo y lo socializaremos en la clase
CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO
PRODUCTO
PRECIO
PROMOCION
SEGMENTACION DE MERCADO
GLOSARIO DE TERMINOS DE MERCADEO
QUE ES ESTUDIO DE MERCADEO Y COMO SE CONSTRUYE
QUE ES UNA IDEA DE NEGOCIO
0 Me gusta
0 Comentario(s)
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
fecha de inicio: 0 segundos Antes - fecha de vigencia: 25 de Noviembre del 2020
Asunto: Taller de investigacion 2 SEMANA
Buenas tardes
para esta semana se van a investigar
EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
ESTRATEGIAS MIX DE COMUNICACION
Offline
OFF
Buscar cualquier cosa
19:45
25/11/2020

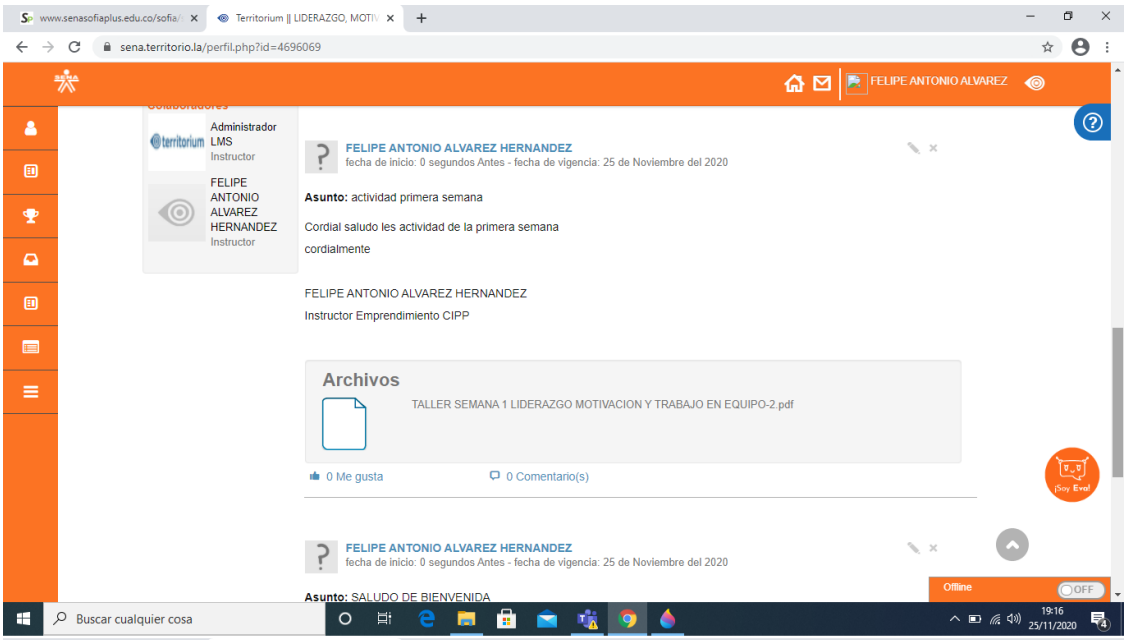

www.senasofiaplus.edu.co/sofia/
Territorium || MERCADEO Y VENT
Miguel Ángel Cornejo | El Se
sena.territorio.la/perfil.php?id=4696068
FELIPE ANTONIO ALVAREZ
territorium Administrador LMS
Instructor
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
fecha de inicio: 0 segundos Antes - fecha de vigencia: 25 de Noviembre del 2020
Asunto: Taller de investigacion 2 SEMANA
Buenas tardes
para esta semana se van a investigar
EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
ESTRATEGIAS MIX DE COMUNICACION
PROTOCOLOS DEL SERVICIO EN UNA EMPRESA
IMPORTANCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL MARKETING
lo deben enviar a mi correo feloalvarez@hotmail.com
cordialmente
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor Emprendimiento
CIPPP
0 Me gusta
0 Comentario(s)
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
fecha de inicio: 0 segundos Antes - fecha de vigencia: 25 de Noviembre del 2020
Asunto: ENVIO DE MATERIAL
Muy buenas tardes les envio material de apoyo del curso
cordialmente
Offline
OFF
Buscar cualquier cosa
19:39
25/11/2020

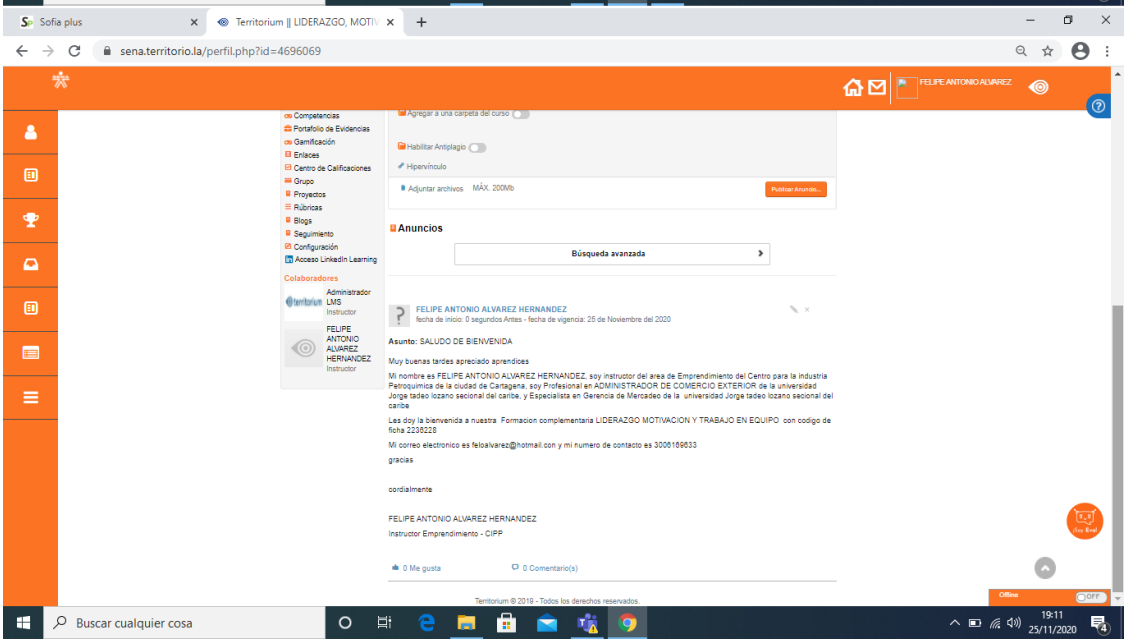

Territorium || MERCADEO Y VENT
sena.territorio.la/perfil.php?id=4696068
FELIPE ANTONIO ALVAREZ
Configuración
Acceso LinkedIn Learning
Colaboradores
Administrador LMS
Instructor
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor
Anuncios
Búsqueda avanzada
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
fecha de inicio: 0 segundos Antes - fecha de vigencia: 25 de Noviembre del 2020
Asunto: ENVIO DE MATERIAL
Muy buenas tardes les envio material de apoyo del curso
cordialmente
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor Emprendimiento
CIPP
Archivos
Mercadeo completo.doc
DESARROLLE ESTRATEGIAS.pdf
Significado de los Colores y Olores UJTL.pdf
0 Me gusta
0 Comentario(s)
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
fecha de inicio: 0 segundos Antes - fecha de vigencia: 25 de Noviembre del 2020
Asunto: Saludo de Bienvenida
Asunto: SALUDO DE BIENVENIDA
Offline
OFF
Buscar cualquier cosa
19:35
25/11/2020

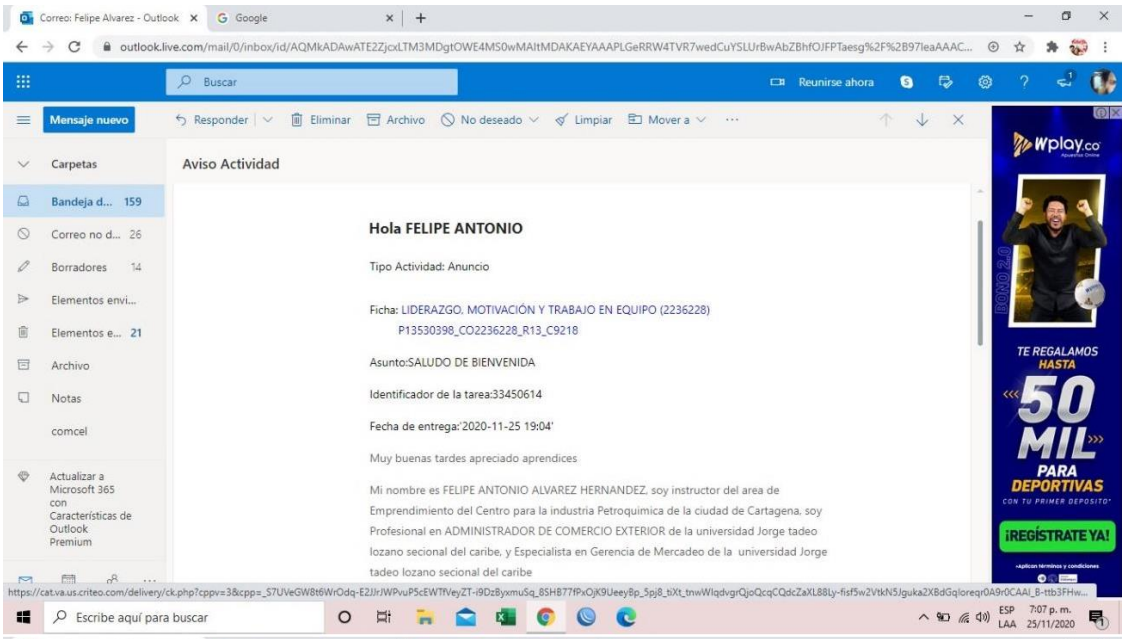

Territorium || MERCADEO Y VENT
sena.territorio.la/perfil.php?id=4696068
FELIPE ANTONIO ALVAREZ
Blogs
Seguimiento
Configuración
Acceso LinkedIn Learning
Colaboradores
Administrador LMS
Instructor
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor
Anuncios
Búsqueda avanzada
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
fecha de inicio: 0 segundos Antes - fecha de vigencia: 25 de Noviembre del 2020
Asunto: Saludo de Bienvenida
Asunto: SALUDO DE BIENVENIDA
Muy buenas tardes apreciado aprendices
Mi nombre es FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ, soy instructor del area de Emprendimiento del Centro para la industria Petroquimica de la ciudad de Cartagena, soy Profesional en ADMINISTRADOR DE COMERCIO EXTERIOR de la universidad Jorge tadeo lozano seccional del caribe, y Especialista en Gerencia de Mercadeo de la universidad Jorge tadeo lozano seccional del caribe
Les doy la bienvenida a nuestra Formacion complementaria MERCADEO Y VENTAS con codigo de ficha 2236226
Mi correo electronico es feloalvarez@hotmail.con y mi numero de contacto es 3006169633
gracias
cordialmente
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor Emprendimiento - CIPP
0 Me gusta
0 Comentario(s)
Territorium © 2019 - Todos los derechos reservados.
Offline
OFF
Buscar cualquier cosa
19:32
25/11/2020

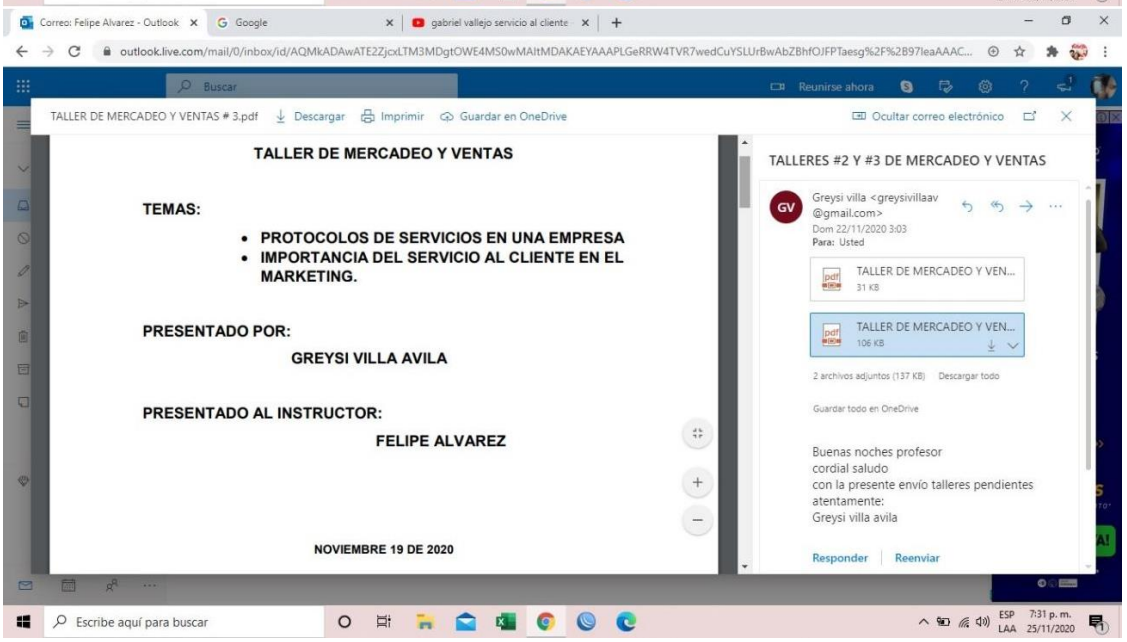

Territorium || LIDERAZGO, MOTI
La Actitud Hace La Diferenci
sena.territorio.la/perfil.php?id=4696069
FELIPE ANTONIO ALVAREZ
Acceso LinkedIn Learning
Colaboradores
Administrador LMS
Instructor
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor
Búsqueda avanzada
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
fecha de inicio: 0 segundos Antes - fecha de vigencia: 25 de Noviembre del 2020
Asunto: TALLER NO 2 LIDERAZGO MOTIVACION Y TRABAJO EN EQUIPO
Envio taller de la 2 semana d liderazgo motivacion y trabajo en equipo
Cordialmente
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor Emprendimiento
Cipp
Archivos
TALLER SEMANA 2 LIDERAZGO MOTIVACION Y TRABAJO EN EQUIPO-2.pdf
0 Me gusta
0 Comentario(s)
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
fecha de inicio: 0 segundos Antes - fecha de vigencia: 25 de Noviembre del 2020
Asunto: VIDEOS DE SENSIBILIZACION LIDERAZGO MOTICION Y TRABAJO EN EQUIPO
https://www.youtube.com/watch?v=SnOFaISWHdA EL VIRUS DE LA ACTITUD
Offline
OFF
Buscar cualquier cosa
19:29
25/11/2020


Territorium || LIDERAZGO, MOTI
La Actitud Hace La Diferenci
sena.territorio.la/perfil.php?id=4696069
FELIPE ANTONIO ALVAREZ
Colaboradores
Administrador LMS
Instructor
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
fecha de inicio: 0 segundos Antes - fecha de vigencia: 25 de Noviembre del 2020
Asunto: VIDEOS DE SENSIBILIZACION LIDERAZGO MOTICION Y TRABAJO EN EQUIPO
https://www.youtube.com/watch?v=SnOFaISWHdA EL VIRUS DE LA ACTITUD
https://www.youtube.com/watch?v=joFgt86I1S coaching liderazgo actitud y trabajo en equipo
https://www.youtube.com/watch?v=0-y4N2VrK_o la actitud hace la diferencia miguel ángel cornejo
Teniendo en cuenta los tres videos de sensibilizacion vamos a desarrollar una actividad de reflexion y puesta en practica de nuestro dia a dia
cordialmente
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor CIP
El virus de la actitud
0 Me gusta
0 Comentario(s)
Offline
OFF
Buscar cualquier cosa
19:24
25/11/2020


www.senasofiaplus.edu.co/sofia/
Territorium || LIDERAZGO, MOTI
sena.territorio.la/perfil.php?id=4696069
FELIPE ANTONIO ALVAREZ
Administrador LMS
Instructor
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
fecha de inicio: 0 segundos Antes - fecha de vigencia: 25 de Noviembre del 2020
Asunto: actividad primera semana
Cordial saludo les actividad de la primera semana
cordialmente
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor Emprendimiento CIPP
Archivos
TALLER SEMANA 1 LIDERAZGO MOTIVACION Y TRABAJO EN EQUIPO-2.pdf
0 Me gusta
0 Comentario(s)
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
fecha de inicio: 0 segundos Antes - fecha de vigencia: 25 de Noviembre del 2020
Asunto: SALUDO DE BIENVENIDA
Offline
OFF
Buscar cualquier cosa
19:16
25/11/2020


Sofia plus
Territorium || LIDERAZGO, MOTI
sena.territorio.la/perfil.php?id=4696069
Competencias
Portafolio de Evidencias
Gamificación
Enlaces
Centro de Calificaciones
Grupo
Proyectos
Rúbricas
Blogs
Seguimiento
Configuración
Acceso LinkedIn Learning
Colaboradores
Administrador LMS
Instructor
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor
Agregar a una carpeta del curso
Habilitar Antiplagio
Hipervínculo
Adjuntar archivos
MÁX. 200Mb
Publicar Anuncio...
Anuncios
Búsqueda avanzada
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
fecha de inicio: 0 segundos Antes - fecha de vigencia: 25 de Noviembre del 2020
Asunto: SALUDO DE BIENVENIDA
Muy buenas tardes apreciado aprendices
Mi nombre es FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ, soy instructor del area de Emprendimiento del Centro para la industria Petroquimica de la ciudad de Cartagena, soy Profesional en ADMINISTRADOR DE COMERCIO EXTERIOR de la universidad Jorge tadeo lozano seccional del caribe, y Especialista en Gerencia de Mercadeo de la universidad Jorge tadeo lozano seccional del caribe
Les doy la bienvenida a nuestra Formacion complementaria LIDERAZGO MOTIVACION Y TRABAJO EN EQUIPO con codigo de ficha 2238228
Mi correo electronico es feloalvarez@hotmail.con y mi numero de contacto es 3006189833
gracias
cordialmente
FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor Emprendimiento - CIPP
0 Me gusta
0 Comentario(s)
Territorium © 2019 - Todos los derechos reservados.
Offline
OFF
Buscar cualquier cosa
19:11
25/11/2020


Correo: Felipe Alvarez - Outlook
Google
outlook.live.com/mail/0/inbox/id/AQMkADAwATE2ZjcxLTM3MDgtOWE4MS0wMAItMDAKAEYAAAPLGeRRW4TVR7wedCuYSLUrBwAbZBhfOJFPTaesg%2F%2B97IeaAAAC...
Buscar
Reunirse ahora
Mensaje nuevo
Responder
Eliminar
Archivo
No deseado
Limpiar
Mover a
Carpetas
Bandeja d... 159
Correo no d... 26
Borradores 14
Elementos envi...
Elementos e... 21
Archivo
Notas
comcel
Actualizar a Microsoft 365 con Características de Outlook Premium
Aviso Actividad
Hola FELIPE ANTONIO
Tipo Actividad: Anuncio
Ficha: LIDERAZGO, MOTIVACIÓN Y TRABAJO EN EQUIPO (2236228)
P13530398_CO2236228_R13_C9218
Asunto:SALUDO DE BIENVENIDA
Identificador de la tarea:33450614
Fecha de entrega:'2020-11-25 19:04'
Muy buenas tardes apreciado aprendices
Mi nombre es FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ, soy instructor del area de Emprendimiento del Centro para la industria Petroquimica de la ciudad de Cartagena, soy Profesional en ADMINISTRADOR DE COMERCIO EXTERIOR de la universidad Jorge tadeo lozano secional del caribe, y Especialista en Gerencia de Mercadeo de la universidad Jorge tadeo lozano secional del caribe
Wplay.co
BONO 2.0
TE REGALAMOS HASTA
50 MIL
PARA DEPORTIVAS
CON TU PRIMER DEPOSITO*
¡REGÍSTRATE YA!
Escribe aquí para buscar
ESP LAA
7:07 p. m. 25/11/2020


Correo: Felipe Alvarez - Outlook
Google
gabriel vallejo servicio al cliente
outlook.live.com/mail/0/inbox/id/AQMkADAwATE2ZjcxLTM3MDgtOWE4MS0wMAItMDAKAEYAAAPLGeRRW4TVR7wedCuYSLUrBwAbZBhfOJFPTaesg%2F%2B97IeaAAAC...
Buscar
Reunirse ahora
TALLER DE MERCADEO Y VENTAS # 3.pdf
Descargar
Imprimir
Guardar en OneDrive
Ocultar correo electrónico
TALLER DE MERCADEO Y VENTAS
TEMAS:
PROTOCOLOS DE SERVICIOS EN UNA EMPRESA
IMPORTANCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL MARKETING.
PRESENTADO POR:
GREYSI VILLA AVILA
PRESENTADO AL INSTRUCTOR:
FELIPE ALVAREZ
NOVIEMBRE 19 DE 2020
TALLERES #2 Y #3 DE MERCADEO Y VENTAS
GV
Greysi villa <greysivillaav @gmail.com>
Dom 22/11/2020 3:03
Para: Usted
TALLER DE MERCADEO Y VEN... 31 KB
TALLER DE MERCADEO Y VEN... 106 KB
2 archivos adjuntos (137 KB) Descargar todo
Guardar todo en OneDrive
Buenas noches profesor
cordial saludo
con la presente envío talleres pendientes
atentamente:
Greysi villa avila
Responder
Reenviar
Escribe aquí para buscar
ESP LAA
7:31 p. m. 25/11/2020

Hace constar:

Que el Sr(a) FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ Identificado(a) con cédula de ciudadanía 73188439 realizó el día 06/11/2020 la inducción en Seguridad y Salud en el Trabajo de la entidad y aprobó la respectiva evaluación.

La presente constancia tiene validez para aplicación y uso al interior de la entidad, con el fin de dar cumplimiento al Decreto 1072 de 2015, Libro 2, Parte 2, Título 4, Capítulo 6, Articulo 2.2.4.6.11., Parágrafo 2.

Compromiso SST:

Yo FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ Identificado(a) con cédula de ciudadanía 73188439 me comprometo a dar cumplimiento a las obligaciones en Seguridad y Salud en el Trabajo (Decr. 1072/2015):

1. Procurar el cuidado integral de mi salud.
2. Contar con los elementos de protección personal necesarios para ejecutar la actividad contratada, para lo cual asumiré su costo.
3. Informar a los contratantes la ocurrencia de incidentes, accidentes de trabajo y enfermedades laborales.
4. Participar en las actividades de Prevención y Promoción organizadas por los contratantes, los Comités Paritarios de Seguridad y Salud en el Trabajo o Vigías Ocupacionales o la Administradora de Riesgos Laborales.
5. Cumplir las normas, reglamentos e instrucciones del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo SG-SST.
6. Informar oportunamente a los contratantes toda novedad derivada de mi contrato.

Firma

Fecha de Elaboración	Nov-2020	
Denominación del Programa de Formación	**MERCADEO Y VENTAS**	
Modalidad de Ejecución	**PRESENCIAL**	
Código y versión del Programa	**63220082**	
Nombre del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)		
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)		
Instructor(es) que elabora la planeación pedagógica	**Nombres y Apellidos : FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ**	**Regional y Centro de formación BOLIVAR - CENTRO PARA LA INDUSTRIA**
	Nombres y Apellidos	**Regional y Centro de formación**

FASE DE PROYECTO (Si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO (si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			CRITERIOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	OBSERVACIONES
					HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES			
		Negociar productos y servicios según condiciones del mercado y políticas de la empresa. Presentar a los clientes las características, beneficios y usos de los productos o servicios según el manual del fabricante. Cerrar la venta de productos y servicios conforme a las políticas de ventas y los términos de negociación. Acordar términos denegociación y condicionescomerciales según objetivos, estrategias y legislación comercial.	1. UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS A LOS CLIENTES, TENIENDO EN CUENTA CARACTERÍSTICAS, BENEFICIOS Y USOS DE UN PRODUCTO O SERVICIO ESPECÍFICO, SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA.	**Tener conocimiento y manejo de:** **1) SERVICIO AL CLIENTE** **2) TIPOS DE CLIENTE** **3) MERCADEO** **4) MERCADO META Y NICHO DEL MERCADO**	**20**	**0**	**El asesor - tutor**: mediante videos , guias y explicacion personalizada, los guiara en las extrategias de mercado, conocimiento de los cliente, solución de conflictos, estrategias del mercado, los nichos y como vendre. **El aprendiz:** a través de la explicacion seleccionara y clasificara los materiales, insumos y herramientasa	vivienda del aprendiz	internet (whasaps), cuaderno y lapiz		Capacidad para detectar la clase de clientes que están en nuestro entorno organizacional, Verifica los niveles de trazabilidad del servicio y del mercado	**Técnica: Observación directa** **Exposiciones** **Feria de atención del producto final**	
			2. VERIFICAR LA APLICACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y VENTAS EN LA ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE, CARA A CARA, DE ACUERDO CON LA POLÍTICA INSTITUCIONAL YLOSESTÁNDARESDE CALIDAD ESTABLECIDOS, POR MEDIO DE TECNICAS DE VENTAS ENFOCADOS EN LOS ELEMENTOS BASICOS DE MERCADEO	**Materializar lo aprendido y desarollar habilidades en:** **5) VENTAS BASICA** **6) CLINICA DE VENTA**	**20**	**0**	**El asesor - tutor**: mediante videos, guias y personalizado los guiara en las estrategias de ventas y conocimiento de las clinicas de ventas	vivienda del aprendiz	internet (whasaps), cuaderno y lapiz		Aplica la normatividad vigente sobre la atención al cliente. Aplica estándares de servicio fijadas por la organización. Verifica los niveles de trazabilidad del servicio	Observar si cumple con las actividades, técnicas y exposiciones desarrolladas	

SENA	**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE** **SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN** **LIDERAZGO MOTIVACION Y TRABAJO EN EQUIPO** Cronograma propuesto para formación complementaria	Versión: 01 Código: GFPI-F-011

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES					
Actividad	**Resultado de Aprendizaje alcanzar**	**Temática**	**Tipo de Evidencia**	**TIEMPOS DE ENTREGA**	
				Fecha Inicio	**Fecha Final**
Actividades Previas	Indispensables para iniciar el curso.	N/A	Presentación	11/11/2020	21/11/2020
Semana 1 20 horas	RAP 1. Establecer y definir conceptos sobre liderazgo y motivación	Definición conceptos	Actividad 1 Taller y foro temático referente al liderazgo y a la motivación; Conceptos relacionados con el tema.	11/11/2020	17//2020
Semana 2 20 horas	RAP 2. Desarrollar definiciones del trabajo en equipo.	Definición conceptos	Actividad 2: Taller y trabajo grupal sobre la temática del trabajo en equipo.	18/11/2020	21/11/2020
Recuperación y reclamaciones	Revisión, reclamación de actividades y consolidado le listados Finales			22/11/2020	
Sesiones sincrónicas	.				
Cierre administrativo del curso	Trámites administrativos de cierre en SOFIAPLUS aplicados por el Instructor			30/11/2020	

Cordial saludo

FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
Instructor

GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
PROCEDIMIENTO PLANEACIÓN DEL DESARROLLO CURRICULAR
FORMATOPLANEACIÓNPEDAGÓGICA DEL PROYECTOFORMATIVO

Fecha de Elaboración	nov-20	
Denominación del Programa de Formación	**MARKETING DIGITAL**	
Modalidad de Ejecución	**PRESENCIAL**	
Código y versión del Programa	**62110000**	
Nombre del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)		
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)		
Instructor(es) que elabora la planeación pedagógica	**Nombres y Apellidos : FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ**	**Regional y Centro de formación BOLIVAR - CENTRO PARA LA INDUSTRIA**
	Nombres y Apellidos	**Regional y Centro de formación**

FASE DE PROYECTO (Si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO (si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			CRITERIOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	OBSERVACIONES
					HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES			
		Estructurar la estrategia del mercado digital de acuerdo con los objetivos de campaña y normatividad legal .	1. MARKETING DIGITAL TENIENDO EN CUENTA SEGMENTO DEMERCADO ESTABLECER MÉTRICAS TENIENDO EN CUENTA PLAN DE MARKETING DIGITAL	Investigar los siguientes conceptos de marketing digital para la primera semana 1- Marketing 2- Origen del marketing 3- Emprendimiento 4- Innovación 5- Redes sociales 6- Segmentación de mercado 7- Globalización 8- Modelo AIDA en el marketing 9- Glosario de términos marketing digital 10- Que es un influencer en marketing Segunda semana de actividades Realizar una elaboración de un plan de negocio y realizar un ensayo de una hoja sobre la importancia del marketing digital para las empresa o unidades productivas en Colombia	**24**	**0**	**El asesor - Instructor**: mediante videos de sensibilización , guías del aprendizaje material de formación enviado, y explicación personalizada, les guiara en las estrategias del Marketing digital en la actualidad, socializando atravez del grupo de whasaps lo investigado por los aprendices y retroalimentación de lo investigado y lo aprendido en el desarrollo de la formacion	vivienda del aprendiz	internet (whasaps), cuaderno y lapiz		Evalúa las causas, situaciones que da origen al conflicto y las posibles alternativas de solución, teniendo en cuenta la cultura, el lenguaje de los involucrados. Argumenta y acoge objetivamente los criterios que contribuyen a la solución de problemas. Propone alternativas, lógicas creativas y coherentes que posibilitan la solución de problemas Resuelve conflictos mediante el uso de la racionalidad, la argumentación y la asertividad.	**Técnica: Observación directa** **Exposiciones** **Feria de atención del producto final**	
			2. VERIFICAR LA APLICACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DEL MARKETING DIGITAL EN LA ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE DIGITAL, CARA A CARA, DE ACUERDO CON LA POLÍTICA INSTITUCIONAL YLOSESTÁNDARESDE CALIDAD ESTABLECIDOS, POR MEDIO DE LAS NUEVAS TEGNOLOGIAS DE LA INFORMACION	**Verificar la aplicación de las estrategias de Marketing digital al cliente, cara a cara, de acuerdo con la política institucional y los estándares de calidad establecidos.** **Aplicar soluciones de marketing, teniendo en cuenta los requerimientos de la unidad administrativa y la organización.**	**24**	**0**	**Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.)** **De acuerdo a la actividad**	vivienda del aprendiz	internet (whasaps), cuaderno y lapiz		Proponer alternativas de solución a través de situaciones vivenciales, teniendo en cuenta la cultura de la organización y actores del conflicto Evalúa el impacto de las alternativas seleccionadas de acuerdo con la posición del talento humano, y las políticas de la organización presentan e informa la alternativa de solución frente al conflicto según las políticas de organización.	Observar si cumple con las actividades, técnicas y exposiciones desarrolladas	

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

ACTIVIDADES PLAN DE CONTINGENCIA

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** MARKETING DIGITAL
- **Código del Programa de Formación: 62110000**
- **Nombre del Proyecto:** MARKETING DIGITAL
- **Fase del Proyecto:** Ejecución
- **Actividad de Proyecto:** Aplicar los conocimientos adquiridos en la formación complementaria y fortalecer su nivel educativo en su área profesional.
- **Competencia:** Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa lega
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
  - **RA1:** FORMULAR PLAN DE MARKETING DIGITAL TENIENDO EN CUENTA SEGMENTO DEMERCADO
  - **RA2:** ESTABLECER MÉTRICAS TENIENDO EN CUENTA PLAN DE MARKETING DIGITAL

    .

- Duración de la Guía:

48 horas

2. PRESENTACIÓN.

Frente la emergencia sanitaria declarada en el país y acogiendo las medidas anunciadas por el Presidente de la República, en relación con la protección de la salud de todos los colombianos frente al COVID-19 y ante la comunicación emitida por El SENA, de continuar la formación virtual de los aprendices que se forman presencialmente, me permito enviarles estas actividades las cuales deben evidenciar enviándolas a este grupo de WhatsApp de la línea celular 3006169633, plataforma educativa Territorio, o al correo electrónico feloalvarez@hotmail.com

Apreciado aprendiz, esta guía de aprendizaje busca brindarte un espacio de reflexión y de conocimiento personal, Marketing digital. Sabemos, que esta le facilitará la apropiación de unas competencias en consideración a las fortalezas que aportará en el desarrollo de sus habilidades y destrezas, guiará y organizará el aprendizaje de manera que se oriente al desarrollo integral del aprendiz, promoverá el aprendizaje colaborativo y el crecimiento integral del grupo, y guiará al aprendiz en reconocimiento de sus valores y fortalezas.

La revolución tecnológica ha llevado a las organizaciones a moverse en mercados competitivos con el fin de satisfacer las necesidades y deseos de los clientes, ofertando productos o servicios en inmejorables condiciones de información, rapidez y rentabilidad.

En la actualidad un gran número de organizaciones están orientadas al marketing digital basando sus negocios en las demandas reales del mercado y por ello fijan su atención al enorme atractivo que un espacio virtual provoca en el público objetivo

La formación complementaria en Marketing digital desarrolla habilidades para la optimización de herramientas como medio de comunicación para llegar a sus clientes en entornos digitales, las tecnologías de la información y la comunicación dan lugar al denominando marketing digital, siendo internet y las redes sociales la herramienta más efectiva para conectar clientes, permitiendo segmentarlos, focalizarlos y comercializarles productos o servicios.

Por ello, en esta guía encontraras actividades de aprendizaje que buscan estimular el trabajo individual y colaborativo, como parte de tu proceso de formación con la aplicación de tus conocimientos previos, habilidades y destrezas, que se evidenciaran con la utilización de herramientas tecnológicas y técnicas didácticas activas con énfasis en formación y el desempeño de tu rol como aprendiz.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEAPRENDIZAJE

Descripción de la(s) Actividad(es):

Actividades De Aprendizaje – RA1 FORMULAR PLAN DE MARKETING DIGITAL TENIENDO EN CUENTA SEGMENTO DE MERCADO

a. Actividad de reflexión inicial: investigar el origen (HISTORIA) del marketing digital

En ocasiones, para de hablar de lo que es el marketing digital se hace necesario conocer sus orígenes y evolución a lo largo del tiempo, teniendo en cuenta que la globalización mundial ha sido fundamental en todo este proceso, como la importancia que este a tenido.
Evidencias: Responda las siguientes preguntas en un documento, indicando el nombre completo del aprendiz, luego enviarlas al 3006169633, plataforma educativa Territorio, o al correo electrónico feloalvarez@hotmail.com

- ¿investigar Qué es el marketing digital
- Argumente la importancia marketing digital en la actual sistema económico
- Investigar la diferencia entre marketing digital y mercadeo y ventas
- Nombre Que redes sociales conoces que pueden implementar el marketing digital
- Influencers en redes sociales
- Que es segmentación de mercados

Evidencias: La evidencia de esta actividad de investigación, debe ser enviada en foto o documento, indicando el nombre completo del aprendiz, luego enviarlas al correo 3006169633, plataforma educativa Territorio, o al correo electrónico feloalvarez@hotmail.com

Actividad: Teniendo en cuenta la lectura PDF UNA NUEVA FASE DE GLOBALIZACION. El sistema económico del siglo XX, realizar la siguiente actividad

Elaborar un ensayo de una hoja de la importancia del marketing digital para la economía mundial de las empresas o negocios en el día de hoy.

Evidencias: La evidencia de esta actividad de investigación, debe ser enviada en foto o documento, indicando el nombre completo del aprendiz, debe llevar un título del ensayo luego enviarlas al correo 3006169633, plataforma educativa Territorio, o al correo electrónico feloalvarez@hotmail.com

Evidencias: La evidencia de esta actividad debe ser enviada en foto o documento, indicando el nombre completo del aprendiz, luego enviarlas al correo evidenciascursos@gmail.com o subirlas a la plataforma educativa territorio.

Actividades De Aprendizaje – RA2

a. **RA2:** ESTABLECER MÉTRICAS TENIENDO EN CUENTA PLAN DE MARKETING DIGITAL
En esta ocasión los aprendices deben elaborar un plan de negocio y ponerlo a circular en redes sociales

- Establecer una idea de negocio o unidad productiva, creando un nombre, un logo un slogan y una segmentación de mercado
- Glosario de términos de marketing digital

Evidencias: elaborar con el material suministrado en las guías de plan de negocio y guías de marketing, indicando el nombre completo del aprendiz, y crear su unidad productiva o idea de negocio, debe hacerlos en diapositivas luego enviarlas al correo 3006169633, plataforma educativa Territorio, o al correo electrónico feloalvarez@hotmail.com

DIAPOSITIVAS DEL PLAN DE NEGOCIO?

- ELABORAR EN REDES LAS REDES SOCIALES MINIMO EN DOS SU PROPUETA DE NEGOCIO O UNIDADA PRODUCTIVA

- **Ambiente Requerido:**

Ambientes físicos de aprendizaje dotados de: Sillas, mesas de trabajo, televisor, computadores con herramientas ofimáticas y conexión a Internet. y/o ambiente virtual de aprendizaje – WhatsApp, plataforma educativa territorio. O 3006169633, plataforma educativa Territorio, o al correo electrónico feloalvarez@hotmail.com

- **Materiales:**
  Sillas, mesas, hojas de papel, videos, lapiceros, marcadores, documentos impresos, televisor, computador, videos, papel periódico, revistas, elementos que se pueden reciclar, marcadores borrables y permanentes, cartulinas, pinturas de colores, tijeras, goma, memos adheribles, resaltadores, cinta pegante, cinta de enmascarar, fotocopias, cartulina en octavos de colores variados, engrapadora, pinceles, lápices de colores, borrador de nata, resma de papel bond carta y oficio, memoria USB.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias del Producto	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Ejercitar tu pensamiento creativo encontrando la respuesta a acertijos. Responder a preguntas:	Identifica responsablemente el origen del problema o conflicto de acuerdo con el cargo y las funciones quecumple, teniendo en cuenta los procesos y variables.	Técnica: Preguntas y respuestas, videos Instrumento: Cuestionario

¿Qué aprendió al resolver esta actividad? ¿Qué desaprendió? Argumente la importancia del pensamiento creativo en las relaciones interpersonales. Relate una situación personal en que haya resuelto una dificultad haciendo uso del pensamiento creativo. Responder a preguntas: ¿Cómo resolvió la situación del granjero? Argumenta con sus propias palabras qué es el pensamiento creativo y cómo lo puede utilizar en la solución de situaciones laborales y cotidianas. Reflexionar sobre los videos vistos. A partir de estos se identifican los elementos que intervienen en la comunicación, trabajo en equipo, trabajo colaborativo, liderazgo y los diferentes tipos de barreras. Mapa mental a partir de los conceptos conflicto, clases, resolución pacífica, métodos alternativos. Reconstrucción de un conflicto personal. Afiche alusivo a la importancia de la comunicación en el establecimiento de relaciones de convivencia	Evalúa las causas, situaciones que da origen al conflicto y las posibles alternativas de solución, teniendo en cuenta la cultura, el lenguaje de los involucrados. Argumenta y acoge objetivamente los criterios que contribuyen a la solución de problemas. Propone alternativas, lógicas creativas y coherentes que posibilitan la solución de problemas Resuelve conflictos mediante el uso de la racionalidad, la argumentación y la asertividad. Establece procesos comunicativos asertivos que posibilitan la convivencia en los contextos social y productivo Proponer alternativas de solución a través de situaciones vivenciales, teniendo en cuenta la cultura de la organización y actores del conflicto Evalúa el impacto de las alternativas seleccionadas de acuerdo con la posición del talento humano, y las políticas de la organización presentan e informa la alternativa de solución frente al conflicto según las políticas de organización.	Técnica: Preguntas yrespuestas. Instrumento: Lista de chequeo Instrumento: Lista dechequeo Instrumento: Lista de verificación Instrumento: Lista dechequeo Instrumento: Lista dechequeo Instrumento: Lista dechequeo Instrumento: Lista dechequeo Instrumento: Lista dechequeo

Resolución de casos laborales siguiendo criterios de la comunicación asertiva	Aborda procesos de trabajo colaborativo orientados hacia la construcción colectiva en contextos sociales y productivos. Establece procesos comunicativos y de solución de conflictos asertivos que posibilitan la convivencia en los contextos social y productivo.	Instrumento: Lista de chequeo

5. GLOSARIO DE TERMINOS

- Analítica web o Herramientas de analítica web: análisis de los datos generados por la actividad de los usuarios en los sitios web o aplicaciones móviles y cuyo objetivo es descubrir Nuevas formas de mejorar las webs y las campañas de marketing.
- app (aplicación): programa diseñado para smartphones, tablets u otros dispositivos móviles
- Banner: tipo de anuncio que se utiliza en páginas web y aplicaciones móviles, normalmente enforma de imagen.
- Blog: sitio web en forma de diario personal con contenidos actualizados regularmente, un estilo informal y un interés por un tema específico
- Navegador: programa informático que se utiliza para explorar Internet en un ordenador, tableto smartphone. Los principales navegadores son Chrome, Firefox, Internet Explorer y Safari.
- Porcentaje de clics (CTR, por sus siglas en inglés): número de veces que una persona haceclic en un material que le interese, como un anuncio, con respecto al número de veces que una persona está expuesta a dicho material.
- Contenido: material digital disponible para los usuarios con formato de texto, vídeo, audio,imágenes, etc.
- Conversión u objetivo: acción que quieres que realicen los visitantes de tu sitio web como, por ejemplo, compras online, envío de formularios, llamadas telefónicas y visualización de vídeos
- Optimización de conversiones: proceso que consiste en aumentar el porcentaje de visitantes que lleven a cabo tu conversión u objetivo.
- Porcentaje de conversiones: media de conversiones con respecto a las visitas, a menudo utilizado para medir el rendimiento digital
- Coste por clic: importe que se cobra por un clic en un anuncio digital
- Robot, rastreador o araña: programa diseñado para inspeccionar contenido en Internet y recopilar información acerca del mismo con el objetivo de ayudar a los buscadores a encontrarlo que buscan.
- Ordenador de sobremesa: dispositivo no móvil, como un ordenador personal o un portátil
- Comercio electrónico ("ecommerce"): venta de productos y servicios a través de Internet
- Marketing por correo electrónico ("Email Marketing"): proceso que consiste en utilizar los mensajes de correo electrónico para compartir información y promocionar productos y servicios
- Página de inicio: página de presentación o principal de un sitio web

- HTML: siglas de "Hypertext Markup Language" (lenguaje de marcas de hipertexto), que eslenguaje utilizado por los desarrolladores para crear sitios web
- Impresiones: número de veces que se muestra un anuncio
- Índice: catálogo con opción de búsqueda de sitios web y contenido digital utilizado por un buscador cuyo objetivo es proporcionar resultados relevantes.
- Palabra clave ("keyword"): palabra, sintagma o frase que se escribe en un buscador y quelas empresas pueden elegir para formar parte de sus campañas publicitarias.
- Página de destino ("landing page"): primera página que un internauta ve normalmente y queno tiene por qué ser la página de inicio de dicho sitio web
- Enlace ("link"): Texto o imagen que conecta una página o un sitio web con otro
- Dispositivo móvil: aparato portátil, como un smartphone o un tablet, con el que el usuariopuede conectarse a Internet y utilizar aplicaciones
- Listados naturales u orgánicos: resultados obtenidos mediante un buscador y que no son anuncios de pago
- Listados de pago: anuncios que aparecen en las páginas de resultados de los buscadores
- Pago por clic:modelo publicitario en el que los anunciantes pagan cuando los visitantes hacen clic en sus anuncios.
- Consulta de búsqueda o término de búsqueda: palabra o frase exacta y completa que una persona escribe en un buscador para encontrar resultados.
- Ranking: posición que se ocupa en la página de resultados de un buscador
- Buscador: herramienta que indexa y recopila contenido digital relevante en respuesta a laspalabras clave introducidas por el usuario. Los buscadores más populares son Google, Bing,Yahoo, DuckDuckGo, Baidu, Yandex y otros
- Optimización para motores de búsqueda (SEO, por sus siglas en inglés): práctica queconsiste en realizar cambios en las páginas web y contenido, así como en promocionar dichocontenido para mejorar su visibilidad en los resultados orgánicos (lo que no son de pago) de losbuscadores.
- Marketing en buscadores (SEM, por sus siglas en inglés): tipo de publicidad que permitepujar para que un anuncio se publique junto con los resultados de búsqueda cuando losinternautas buscan determinadas palabras clave. Este formato les da visibilidad a lasempresas justo en el momento en el que los internautas están buscando los artículos oservicios que dicho negocio ofrece.
- Página de resultados del buscador (SERP, por sus siglas en inglés): lista de resultados que aparecen en un buscador en respuesta a una consulta de búsqueda realizada por una persona
- Sesión o visita: grupo de interacciones que se producen en un sitio web en un determinado periodo de tiempo. Por ejemplo, una sola sesión puede contener visualizaciones de varias páginas y transacciones de comercio electrónico.
- Medios sociales:contenido que incluye texto, imágenes o vídeos, creado por individuos y compartido en Internet.
- Redes sociales: comunidades de individuos que crean y comparten contenido
- Adquisición de tráfico: consiste en atraer a visitantes (a menudo denominados tráfico) a lossitios web, aplicaciones móviles u otros recursos digitales.
- Visitante único: visitante que ha entrado en un sitio web durante un periodo específico de tiempo
- URL (por sus siglas en inglés) o localizador de recursos uniforme: dirección única de unapágina o de un fragmento de contenido digital en Internet.

6. REFERENTES BIBLIOGRAFICOS

- DESARROLLE ESTRATEGIAS MARKETING
-GUÍA METODOLÓGICA PARA LA ELABORACIÓN DE PLANES DE NEGOCIOS
-EDU MARKETING – Universidad de Extremadura
- UNA NUEVA FASE DE GLOBALIZACION. El sistema económico del siglo XX
-HISTORIA DEL MARKETUNG DIGITAL . Google
-Qué es Marketing? Definición, cómo funciona y claves
/www.youtube.com/watch?v=ZSkZs_OtkkQ

-glosario de términos https://learndigital.withgoogle.com/activate/assets/media/pdf/2-digital-marketing-glossary.pdf

-10 Estrategias de Marketing Para Lanzar tu Producto
www.youtube.com/watch?v=POlPTIMV450
-Modelo aida en el marketing digital-rubenmanez.com/metodo-aida-marketing/

.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ**	**INSTRUCTOR**	**CENTRO PARA LA INDUSTRIA PETROQUIMICA**	**NOVIEMBRE/2020**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

<u>NOTA:</u> UNA VEZ TERMINE TODAS SUS ACTIVIDADES POR FAVOR SUBIR SUS EVIDENCIAS EN UN SOLO ARCHIVO.

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: MERCADEO Y VENTAS
- Código del Programa de Formación: 63220082
- Nombre del Proyecto: MERCADEO Y VENTAS
- Fase del Proyecto: Ejecución
- Actividad de Proyecto: Presentar a los clientes las características, beneficios y usos de los productos o servicios según el manual del fabricante.

- **Competencia:**

  - ✓ NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

  - ✓ Presentar a los clientes las características, beneficios y usos de los productos o servicios según el manual del fabricante.

  - ✓ Cerrar la venta de productos y servicios conforme a las políticas de ventas y los términos de negociación.

  - ✓ Acordar términos de negociación y condiciones comerciales según objetivos, estrategias y legislación comercial.

- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**

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

2. VERIFICAR LA APLICACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y VENTAS EN LA ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE, CARA A CARA, DE ACUERDO CON LA POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD ESTABLECIDOS, POR MEDIO DE TECNICAS DE VENTAS ENFOCADOS EN LOS ELEMENTOS BASICOS DE MERCADEO

- **Duración de la Guía:** 40 horas

2. PRESENTACION

¡Hola a todos! Bienvenidos a éste espacio de interacción, disfruta esta nueva experiencia de aprendizaje ¡

Esta Guía de Aprendizaje pretende orientar tu proceso de formación y así empezar a adquirir las habilidades y destrezas necesarias para realizar actividades posteriores de alta calidad que te permita ir formándote como persona altamente competitiva.

La presente guía tiene como objetivo:

- Facilitar *la apropiación de unas competencias* en consideración a las fortalezas que aportará en el desarrollo de sus habilidades y destrezas.
- Guiar y organizar el aprendizaje de manera que se oriente al desarrollo integral del aprendiz
- Promover el aprendizaje colaborativo y el crecimiento integral del grupo
- Guiar al aprendiz en reconocimiento de sus valores y fortalezas
- Manejo del producto y del servicio en el mercado

Por ello en esta guía encontraras actividades de aprendizaje que buscan estimular el trabajo individual y colaborativo, como parte de tu proceso de formación con la aplicación de tus conocimientos previos, habilidades y destrezas, que se evidenciaran con la utilización de técnicas didácticas activas con énfasis en Formación y desempeño de tu rol como aprendiz.

Frente la emergencia sanitaria declarada en el país y acogiendo las medidas anunciadas por el Presidente de la República, en relación con la protección de la salud de todos los colombianos frente al COVID-19 y ante la comunicación emitida por El SENA, de continuar la formación virtual de los aprendices que se forman presencialmente, me permito enviarles estas actividades las cuales deben evidenciar enviándolas a este grupo de WhatsApp de la línea celular 3006169633, plataforma educativa Territorio, o al correo electrónico feloalvarez@hotmail.com

.3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial.

- Reúnete en equipos de cuatro integrantes y dispón tu atención e interés al observar las exposiciones de los grupos: Clases de clientes, que debo hacer y que no debo hacer “,

- A partir de lo visto reflexiona con tu equipo de trabajo colaborativo y responde las siguientes preguntas:

✓ Servicio al cliente
✓ Tipos de clientes y sus actitudes

- ✓ ¿Qué es el mercadeo?
- ✓ ¿Qué es el mercado meta?
- ✓ Mercado meta y nicho del mercado
- ✓ Ventas básica
- ✓ Clínica de venta

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.)

- ✓ Después de analizar las diapositivas argumenta la importancia de los conocimientos esenciales en el mercado y en la Atención al Cliente.
- ✓ Manejo del mercado meta, nicho empresarial y clases de mercado.
- ✓ Demanda, oferta y precio.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

- ✓ Lee detenidamente en forma individual las diferentes clases de clientes.
- ✓ Características de los Servicios
- ✓ Identifica ¿Cuáles son las actitudes de clientes inapropiados?
- ✓ Clases de mercado
- ✓ El mercado meta
- ✓ Objetivos del mercado
- ✓ Segmentación de mercado
- ✓ Marketing de nicho
- ✓ La importancia de los colores
- ✓ Distribución

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

Después de realizar las actividades anteriores, estamos listos para poder tomar decisiones en caso de la atención de clientes inapropiados pero rentables, el manejo del producto, del mercado, de la distribución y los precios.

- **Ambiente Requerido:**
  - Aula con silletería, tablero, ventilación y buena iluminación
  - Campo de trabajo
- **Materiales:**

Marcador borrable, marcador permanente, papel periódico 70x100, cartulina, silicona, globos, resma de papel carta 75 gr

Tomando como referencia la planeación pedagógica y las orientaciones para elaborar guías de aprendizaje citado en la guía de desarrollo curricular

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia las técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de Conocimiento ✓ Aplicar técnicas en donde el aprendiz desarrolle la actividad de reflexión inicial. ✓ El instrumento de evaluación escrita sobre clases de clientes, cualidades de un tipo de cliente, mercado, mercado meta, oferta, demanda, distribución y tipos de mercado. ✓ Reconocer cuales son los líderes en tu entorno. **Evidencias de Desempeño** ✓ Capacidad para detectar la clase de cliente a tratar. ✓ aplicar los principios corporativos ✓ Identificar el protocolo para la elaboraciónde productos,	✓ Capacidad para detectar la clase de clientes que están en nuestro entorno organizacional, ✓ Aplica la normatividad vigente sobre la atención al cliente ✓ Realiza exposiciones grupales e intercambio de personalidades en el cual simularan los diferentes caracteres de cada cliente. ✓ Aplica estándares de servicio fijadas por la organización.	**Conocimiento:** ✓ Preguntas ✓ Cuestionarios ✓ taller **De Desempeño** ✓ Técnica: Observación directa ✓ Exposiciones ✓ Feria de atención del producto final

comercialización y ventas. ✓ Aplicar el protocolo en la elaboración, comercialización y distribución ✓ Manejo y entonación de voz **Evidencias de Producto:** ✓ Atención a toda clase de clientes ✓ Verifica los niveles de trazabilidad del servicio ✓ Buen ambiente organizacional ✓ Simulador de atención y mercadeo por parte de los estudiantes.	✓ Verifica los niveles de trazabilidad del servicio. ✓ - Feria de Atención y mercadeo ✓ Realiza exposiciones grupales e intercambio de personalidades en el cual simularan los diferentes caracteres de cada cliente. ✓ Aplica estándares de servicio fijadas por la organización. ✓ Verifica los niveles de trazabilidad del servicio y del mercado	**De Producto:** ✓ Observar si cumple con las actividades, técnicas y exposiciones desarrolladas

5. GLOSARIO DE TERMINOS

CADENA DE SATISFACCIÓN: Es utilizada en las empresas como medio de medir las capacidades de sus colaboradores el sentido de pertenencia con la organización para así poder brindarles a los clientes lealtad a la marca.

ESTRATEGIA DE MERCADEO: La estrategia de mercadeo requiere tres actividades fundamentales: seleccionar uno o más mercados meta, establecer objetivos de mercadeo, y desarrollar y mantener una mezcla de mercadeo (producto, precio, distribución y promoción) que produzca intercambios mutuamente satisfactorios con los mercados meta.

LA MEZCLA DE MERCADEO: La mezcla de mercadeo hace referencia a una única mezcla de productos, precios, distribución y promoción, diseñadas para producir intercambios mutuamente satisfactorios con un mercado meta.

PLAN DE MUESTREO: Una muestra es un segmento de la población que se selecciona para representar a la población en conjunto. Idealmente la muestra debe de ser representativa para que el investigador realice estimaciones precisas de los pensamientos y las conductas de la población general.

PLAN DE MUESTREO: una muestra es un segmento de la población que se selecciona para representar a la población en conjunto. Idealmente la muestra debe de ser representativa para que el investigador realice estimaciones precisas de los pensamientos y las conductas de la población general.

LIDERAZGO es el conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en la forma de ser o actuar de las personas o en un grupo de trabajo determinado, También se entiende como la capacidad de delegar, tomar la iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar y evaluar un proyecto, de forma eficaz y eficiente, sea éste personal, gerencial o institucional (dentro del proceso administrativo de la organización).

PLAN DE MUESTREO: una muestra es un segmento de la población que se selecciona para representar a la población en conjunto. Idealmente la muestra debe de ser representativa para que el investigador realice estimaciones precisas de los pensamientos y las conductas de la población general.

COMPETITIVIDAD: es la capacidad de un negocio o empresa para crear estrategias que lo ayuden a adquirir una posición vanguardista en el mercado. Se destaca la habilidad, recurso o conocimiento que dispone una empresa de la cual carecen sus competidores.

CULTURA ORGANIZACIONAL: es el conjunto de normas que se tengan en una organización en todas sus áreas basadas en respeto, valores, ética, integridad, actitudes, hábitos todo esto genera una persona íntegra y un ambiente laboral bueno.
la calidad como la aplicación de una serie de técnicas y medios para alcanzar, mantener y mejorar un producto o un servicio.

EMPODERAMIENTO: el proceso que realiza una persona para ganar poder, autoridad e influencia sobre otros, para esto es necesario tener poder de decisión, acceso a la información, habilidad para ejercer efectivamente.

ENCUESTA: Son un tipo de preguntas verbal o escrita que se relaciona a un grupo de personas determinado para obtener información sobre un tema específico para investigación, cuando es de forma escrita se usa entrevista y de forma escrita se realiza por medio de cuestionario.

ESTRATEGIA: Es la técnica que tiene una organización para desarrollar ciertas actividades que mejoren el proceso de servicio con un objetivo fijo la satisfacción del cliente.

ÉTICA: ser correcto y actuar bojo una normas o principios individuales y sociales que cada uno de nosotros vamos creando porque en el ambiente interno y externo de la organización de va creando.

GARANTÍA DE LA CALIDAD: Comprende todas aquellas actividades de una empresa u organismo para conseguir y demostrar la calidad en ésta.

INSATISFACION: Es cuando un cliente no se siente satisfecho con el servicio o producto que le están brindando la empresa, ya sea por su mala atención o el desempeño del producto no alcanza a sus expectativas frente a su necesidad.

MARCA: Una marca es un nombre, un término, letrero o símbolo que identifica a un fabricante o vendedor de un producto o servicio.

MEZCLA DE PRODUCTOS: La mezcla de productos, son todos los productos que ofrecen en venta una compañía. La estructura de mezclas de productos tiene dimensiones tanto en amplitud como en profundidad.

PRESENTACIÓN: el empaque implica el diseño y la producción del contenedor o envoltura de un producto

QUE ES LA DISTRIBUCIÓN: Un canal de mercadeo es como un gran cauce o tubería por donde fluyen los productos, su propiedad, conservación, almacenamiento y pago, así como el riesgo que los acompaña hasta llegar al consumidor.

TRABAJO EN EQUIPO es el trabajo hecho por varias personas donde cada uno hace una parte, pero todos tienen un objetivo común. Pero para que se considere trabajo en equipo o cooperativo, el trabajo debe tener una estructura organizativa que favorezca la elaboración conjunta del trabajo y no que cada uno de los miembros realicen una parte del trabajo y juntarlas

CONCEPTO DE COMPRAS: Es la forma en que en una compañía se adquieren los bienes y servicios de la calidad adecuada, en el momento y al precio adecuados y del proveedor más apropiado

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

• Web Page:

https://www.aulafacil.com/cursos/estrategia/atencion-al-cliente

https://www.tallerservicioalcliente

***libro: los 100 errores de la experiencia del cliente**

*** Libro Plan de Marketing**

***Libro El arte de la atención Plena**

***Libro Coaching para vendedor profesional**

***Libro el Vendedor desafiante**

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ	INSTRUCTOR		NOVIEMBRE 2020

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENIZAJE

- **LIDERAZGO, MOTIVACIÓN Y TRABAJO EN EQUIPO 2116233**
- Denominación del Programa de Formación:
  LIDERAZGO, MOTIVACIÓN Y TRABAJO EN EQUIPO.
- Código del Programa de Formación:
- 13530398
- Competencia:
- GESTIONAR EL TALENTO HUMANO DE LA UNIDAD DE NEGOCIO PARA LOGRAR LOS RESULTADOS PROPUESTOS.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
  Desarrollar acciones que promuevan el liderazgo del personal para el mejoramiento de las relaciones
  Motivar a los miembros de la organización a trabajar en equipo aplicando adecuadas técnicas de
- Duración de la Guía: 40 horas

2. PRESENTACION

Los procesos laborales, por sencillos o complejos que sean, implican el trabajo en equipo; y dentro del trabajo en equipo se da la interacción cotidiana entre dos o más personas: dos mundos que se encuentran y deben conseguir objetivos comunes. Es así como se puede ofrecer a los miembros de los equipos de trabajo la adquisición de herramientas eficaces para la adaptación al trabajo en equipo y diseñar las estrategias de respuesta al momento de enfrentarse a un conflicto laboral.

Frente la emergencia sanitaria declarada en el país y acogiendo las medidas anunciadas por el Presidente de la República, en relación con la protección de la salud de todos los colombianos frente al COVID-19 y ante la comunicación emitida por El SENA, de continuar la formación virtual de los aprendices que se forman presencialmente, me permito enviarles estas actividades las cuales deben evidenciar enviándolas a este grupo de WhatsApp de la línea celular 3006169633, plataforma educativa Territorio, o al correo electrónico feloalvarez@hotmail.com

Apreciado aprendiz, esta guía de aprendizaje busca brindarte un espacio de reflexión y de conocimiento personal, LIDERAZGO, MOTIVACIÓN Y TRABAJO EN EQUIPO. Sabemos, que esta le facilitará la apropiación de unas competencias en consideración a las fortalezas que aportará en el desarrollo de sus habilidades y destrezas, guiará y organizará el aprendizaje de manera que se oriente al desarrollo integral del aprendiz, promoverá el aprendizaje colaborativo y el crecimiento integral del grupo, y guiará al aprendiz en reconocimiento de sus valores y fortalezas.

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- Descripción de la(s) Actividad(es) :
  Características del líder: Visión Aprendizaje sobre sí mismo.
  Diseñar estrategias de trabajo en equipo.
  Conflicto.

- Ambiente Requerido: AULA - VIRTUAL.

- Materiales: Hojas de block, lápices, borradores, papel periódico, marcadores secos y permanentes, herramientas ofimáticas.

- **4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN**

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : Características del líder Visión Aprendizaje sobre sí mismo. Conflicto **Evidencias de Desempeño**	Demuestra disposición para el trabajo colaborativo en equipo. Da muestras de creatividad al momento de solucionar situaciones problemáticas planteadas. Permite al equipo de trabajo llegar al objetivo propuesto no obstante las dificultades, liderando o asumiendo un rol definido en el mismo, según intereses generales	Mesa redonda, lluvia de ideas, socialización de temas relacionados con consultas de investigación. sociodrama, Exposiciones, Simulaciones.

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Comunicación, Ética, principios, moral, valores, proyecto de vida, desarrollo sostenible, contaminación ambiental, trabajo colaborativo, autoestima, conflicto, escala del desarrollo humano, desarrollo humano, liderazgo, inteligencia emocional, inteligencias múltiples, conflicto, infografía.

Proyecto

Autoestima

Valores

Misión

Visión

Oportunidades

Proyecto de Vida

Meta

Visionario

Fracaso

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

Ashton, R. (2007). Tu plan de vida. España: Pearson Educación.

Herrera, N. (2009). “Capacidad para trazar metas y comprometerse con su realización Kertess, R. (2005).

Plan de vida. Argentina: Ippem Editorial Construyendo futuro. Formación cívica y ética 2. México: Oxford.

Documento reconquistando los valores.

Documento autoestima, su importancia y características.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ.**	**INSTRUCTOR**	**CIP**	**Noviembre de 2020.**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO PARA LA INDUSTRIA PETROQUIMICA

FECHA INICIAL: 01/11/2020 00:00:00

FECHA FINAL: 30/11/2020 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2236226 - MERCADEO Y VENTAS

• 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

APLICA PRECIOS A LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN COSTOS, VARIABLES INTERNAS Y VARIABLES DE LA MEZCLA DE MERCADEO, TENIENDO EN CUENTA EL MERCADO OBJETIVO Y A LA COMPETENCIA.

APLICA TÉCNICAS DE VENTA DE ACUERDO AL FORMATO COMERCIAL, GENERANDO CIERRES DE VENTA POSTERIOR AL MANEJO DE OBJECIONES.

IDENTIFICA EL MERCADO OBJETIVO Y LO SEGMENTA DE ACUERDO A SUS NECESIDADES DE COMERCIALIZACIÓN Y A LAS CARACTERÍSTICAS DE SUS PRODUCTOS.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2239112 - MARKETING DIGITAL

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 FORMULAR PLAN DE MARKETING DIGITAL TENIENDO EN CUENTA SEGMENTO DE MERCADO

RA2 ESTABLECER MÉTRICAS TENIENDO EN CUENTA PLAN DE MARKETING DIGITAL

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 16,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2236228 - LIDERAZGO, MOTIVACIÓN Y TRABAJO EN EQUIPO

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GESTIONAR EL TALENTO HUMANO DE LA UNIDAD DE NEGOCIO PARA LOGRAR LOS RESULTADOS PROPUESTOS.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESARROLLAR ACCIONES QUE PROMUEVAN EL LIDERAZGO DEL PERSONAL PARA EL MEJORAMIENTO DE LAS RELACIONES

MOTIVAR A LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN A TRABAJAR EN EQUIPO APLICANDO ADECUADAS TÉCNICAS DE

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2239113 - MERCADEO Y VENTAS

• 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

APLICA PRECIOS A LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN COSTOS, VARIABLES INTERNAS Y VARIABLES DE LA MEZCLA DE MERCADEO, TENIENDO EN CUENTA EL MERCADO OBJETIVO Y A LA COMPETENCIA.

APLICA TÉCNICAS DE VENTA DE ACUERDO AL FORMATO COMERCIAL, GENERANDO CIERRES DE VENTA POSTERIOR AL MANEJO DE OBJECIONES.

IDENTIFICA EL MERCADO OBJETIVO Y LO SEGMENTA DE ACUERDO A SUS NECESIDADES DE COMERCIALIZACIÓN Y A LAS CARACTERÍSTICAS DE SUS PRODUCTOS.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:	136,00

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

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:	0,00

INSTRUCTOR: FELIPE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO PARA LA INDUSTRIA PETROQUIMICA