TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: FRANCY YANIRA ORJUELA CASTELBLANCO

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

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

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

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2218809 - MERCADEO: CONCEPTUALIZACION, METODOLOGIA Y APLICABILIDAD

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LA SITUACIÓN Y COMPORTAMIENTO DE LOS ENTORNOS DE LA ORGANIZACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, TENIENDO EN CUENTA VARIABLES SOCIALES, CULTURALES, DEMOGRÁFICAS Y PSICOGRÁFICAS QUE DEFINEN LA CONDUCTA DE CONSUMO Y COMPRA.

APLICAR CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN, QUE PERMITAN EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS COMERCIALES, AJUSTADAS A LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES.

DIAGNOSTICAR LA ORGANIZACIÓN TENIENDO EN CUENTA EL MACRO Y MICRO ENTORNO Y SU INCIDENCIA EN EL MERCADO.

IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE MARKETING QUE INVOLUCREN LA MEZCLA DE ASPECTOS ESENCIALES EN LA ACTIVIDAD

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 36,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2218815 - MERCADEO: CONCEPTUALIZACION, METODOLOGIA Y APLICABILIDAD

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LA SITUACIÓN Y COMPORTAMIENTO DE LOS ENTORNOS DE LA ORGANIZACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, TENIENDO EN CUENTA VARIABLES SOCIALES, CULTURALES, DEMOGRÁFICAS Y PSICOGRÁFICAS QUE DEFINEN LA CONDUCTA DE CONSUMO Y COMPRA.

APLICAR CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN, QUE PERMITAN EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS COMERCIALES, AJUSTADAS A LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES.

DIAGNOSTICAR LA ORGANIZACIÓN TENIENDO EN CUENTA EL MACRO Y MICRO ENTORNO Y SU INCIDENCIA EN EL MERCADO.

IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE MARKETING QUE INVOLUCREN LA MEZCLA DE ASPECTOS ESENCIALES EN LA ACTIVIDAD

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 36,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2218810 - MERCADEO: CONCEPTUALIZACION, METODOLOGIA Y APLICABILIDAD

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LA SITUACIÓN Y COMPORTAMIENTO DE LOS ENTORNOS DE LA ORGANIZACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, TENIENDO EN CUENTA VARIABLES SOCIALES, CULTURALES, DEMOGRÁFICAS Y PSICOGRÁFICAS QUE DEFINEN LA CONDUCTA DE CONSUMO Y COMPRA.

APLICAR CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN, QUE PERMITAN EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS COMERCIALES, AJUSTADAS A LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES.

DIAGNOSTICAR LA ORGANIZACIÓN TENIENDO EN CUENTA EL MACRO Y MICRO ENTORNO Y SU INCIDENCIA EN EL MERCADO.

IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE MARKETING QUE INVOLUCREN LA MEZCLA DE ASPECTOS ESENCIALES EN LA ACTIVIDAD

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 36,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2218811 - MERCADEO: CONCEPTUALIZACION, METODOLOGIA Y APLICABILIDAD

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LA SITUACIÓN Y COMPORTAMIENTO DE LOS ENTORNOS DE LA ORGANIZACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, TENIENDO EN CUENTA VARIABLES SOCIALES, CULTURALES, DEMOGRÁFICAS Y PSICOGRÁFICAS QUE DEFINEN LA CONDUCTA DE CONSUMO Y COMPRA.

APLICAR CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN, QUE PERMITAN EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS COMERCIALES, AJUSTADAS A LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES.

DIAGNOSTICAR LA ORGANIZACIÓN TENIENDO EN CUENTA EL MACRO Y MICRO ENTORNO Y SU INCIDENCIA EN EL MERCADO.

IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE MARKETING QUE INVOLUCREN LA MEZCLA DE ASPECTOS ESENCIALES EN LA ACTIVIDAD

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 36,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 144,00

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: FRANCY YANIRA ORJUELA CASTELBLANCO

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