

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: GLORIA ISABEL PEREZ MUÑOZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE TECNOLOGIAS AGROINDUSTRIALES

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

FECHA FINAL: 30/10/2020 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2193967 - CRM - LA ADMINISTRACION DE LA RELACION CON LOS CLIENTES

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** GESTIONAR LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES MEDIANTE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN EXISTENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DIFERENCIAR LOS TIPOS DE CRM, MEDIANTE EL ANÁLISIS DE SUS FUNDAMENTOS Y SUS APLICACIONES EN UNA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.

EXAMINAR LOS BENEFICIOS DE LA EMPRESA, MEDIANTE EL ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA Y EL ENTORNO DEL CRM, BASADO EN EL CONOCIMIENTO DEL CLIENTE.

IDENTIFICAR LAS FASES DE LA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS CRM TOMANDO COMO POLÍTICA ORGANIZACIONAL QUE EL EJE CENTRAL ES EL CLIENTE.

IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA CRM, EN LAS ÁREAS COMERCIALES DE LA EMPRESA, PARA OPTIMIZAR LA TOMA DE DECISIONES.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 10,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2193966 - CRM - LA ADMINISTRACION DE LA RELACION CON LOS CLIENTES

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** GESTIONAR LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES MEDIANTE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN EXISTENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DIFERENCIAR LOS TIPOS DE CRM, MEDIANTE EL ANÁLISIS DE SUS FUNDAMENTOS Y SUS APLICACIONES EN UNA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.

EXAMINAR LOS BENEFICIOS DE LA EMPRESA, MEDIANTE EL ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA Y EL ENTORNO DEL CRM, BASADO EN EL CONOCIMIENTO DEL CLIENTE.

IDENTIFICAR LAS FASES DE LA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS CRM TOMANDO COMO POLÍTICA ORGANIZACIONAL QUE EL EJE CENTRAL ES EL CLIENTE.

IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA CRM, EN LAS ÁREAS COMERCIALES DE LA EMPRESA, PARA OPTIMIZAR LA TOMA DE DECISIONES.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	10,00
--------------------------------------	--------------

FICHA 2212896 - CRM - LA ADMINISTRACION DE LA RELACION CON LOS
DE APRENDIZAJE: CLIENTES

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** GESTIONAR LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES
MEDIANTE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN EXISTENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DIFERENCIAR LOS TIPOS DE CRM, MEDIANTE EL ANÁLISIS DE SUS FUNDAMENTOS Y SUS APLICACIONES EN UNA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.

EXAMINAR LOS BENEFICIOS DE LA EMPRESA, MEDIANTE EL ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA Y EL ENTORNO DEL CRM, BASADO EN EL CONOCIMIENTO DEL CLIENTE.

IDENTIFICAR LAS FASES DE LA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS CRM TOMANDO COMO POLÍTICA ORGANIZACIONAL QUE EL EJE CENTRAL ES EL CLIENTE.

IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA CRM, EN LAS ÁREAS COMERCIALES DE LA EMPRESA, PARA OPTIMIZAR LA TOMA DE DECISIONES.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	32,00
--------------------------------------	--------------

FICHA 2212892 - CRM - LA ADMINISTRACION DE LA RELACION CON LOS
DE APRENDIZAJE: CLIENTES

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** GESTIONAR LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES
MEDIANTE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN EXISTENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DIFERENCIAR LOS TIPOS DE CRM, MEDIANTE EL ANÁLISIS DE SUS FUNDAMENTOS Y SUS APLICACIONES EN UNA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.

EXAMINAR LOS BENEFICIOS DE LA EMPRESA, MEDIANTE EL ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA Y EL ENTORNO DEL CRM, BASADO EN EL CONOCIMIENTO DEL CLIENTE.

IDENTIFICAR LAS FASES DE LA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS CRM TOMANDO COMO POLÍTICA ORGANIZACIONAL QUE EL EJE CENTRAL ES EL CLIENTE.

IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA CRM, EN LAS ÁREAS COMERCIALES DE LA EMPRESA, PARA OPTIMIZAR LA TOMA DE DECISIONES.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	32,00
--------------------------------------	--------------

FICHA 2194539 - INDICADORES DE GESTION
DE APRENDIZAJE:

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** CONTROLAR EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN, METAS Y POLÍTICAS DE CALIDAD.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONOCER EL SIGNIFICADO DE MEDICIÓN Y SU IMPORTANCIA DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES.

CONOCER LAS CLASES DE INDICADORES DE GESTIÓN Y CUÁL ES SU IMPORTANCIA PARA LA TOMA DE DECISIONES

CONSTRUIR Y ANALIZAR INDICADORES DE GESTIÓN DENTRO DE LOS PARÁMETROS Y NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.

RECONOCER LOS CONCEPTOS Y NOCIONES NECESARIAS PARA LA ELABORACIÓN DE INDICADORES DE GESTIÓN.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	12,00
--------------------------------------	--------------

FICHA 2193965 - CRM - LA ADMINISTRACION DE LA RELACION CON LOS
DE APRENDIZAJE: CLIENTES

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** GESTIONAR LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES MEDIANTE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN EXISTENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DIFERENCIAR LOS TIPOS DE CRM, MEDIANTE EL ANÁLISIS DE SUS FUNDAMENTOS Y SUS APLICACIONES EN UNA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.

EXAMINAR LOS BENEFICIOS DE LA EMPRESA, MEDIANTE EL ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA Y EL ENTORNO DEL CRM, BASADO EN EL CONOCIMIENTO DEL CLIENTE.

IDENTIFICAR LAS FASES DE LA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS CRM TOMANDO COMO POLÍTICA ORGANIZACIONAL QUE EL EJE CENTRAL ES EL CLIENTE.

IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA CRM, EN LAS ÁREAS COMERCIALES DE LA EMPRESA, PARA OPTIMIZAR LA TOMA DECISIONES.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 10,00

FICHA 2212897 - CRM - LA ADMINISTRACION DE LA RELACION CON LOS
DE APRENDIZAJE: CLIENTES

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** GESTIONAR LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES
MEDIANTE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN EXISTENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DIFERENCIAR LOS TIPOS DE CRM, MEDIANTE EL ANÁLISIS DE SUS FUNDAMENTOS Y SUS APLICACIONES EN UNA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.

EXAMINAR LOS BENEFICIOS DE LA EMPRESA, MEDIANTE EL ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA Y EL ENTORNO DEL CRM, BASADO EN EL CONOCIMIENTO DEL CLIENTE.

IDENTIFICAR LAS FASES DE LA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS CRM TOMANDO COMO POLÍTICA ORGANIZACIONAL QUE EL EJE CENTRAL ES EL CLIENTE.

IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA CRM, EN LAS ÁREAS COMERCIALES DE LA EMPRESA, PARA OPTIMIZAR LA TOMA DECISIONES.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 32,00

FICHA 2212893 - CRM - LA ADMINISTRACION DE LA RELACION CON LOS
DE APRENDIZAJE: CLIENTES

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** GESTIONAR LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES
MEDIANTE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN EXISTENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DIFERENCIAR LOS TIPOS DE CRM, MEDIANTE EL ANÁLISIS DE SUS FUNDAMENTOS Y SUS APLICACIONES EN UNA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.

EXAMINAR LOS BENEFICIOS DE LA EMPRESA, MEDIANTE EL ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA Y EL ENTORNO DEL CRM, BASADO EN EL CONOCIMIENTO DEL CLIENTE.

IDENTIFICAR LAS FASES DE LA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS CRM TOMANDO COMO POLÍTICA ORGANIZACIONAL QUE EL EJE CENTRAL ES EL CLIENTE.

IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA CRM, EN LAS ÁREAS COMERCIALES DE LA EMPRESA, PARA OPTIMIZAR LA TOMA DECISIONES.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 32,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 170,00

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: GLORIA ISABEL PEREZ MUÑOZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE TECNOLOGIAS AGROINDUSTRIALES