

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: GLORIA ISABEL PEREZ MUÑOZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE TECNOLOGIAS AGROINDUSTRIALES

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

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

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2212896 - 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 : 8,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2232320 - 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 :	34,00
--------------------------------------	--------------

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 :	8,00
--------------------------------------	-------------

FICHA 2232355 - PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD EN EL MARCO
DE APRENDIZAJE: ESTRATEGICO DE LA ORGANIZACION

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** COORDINAR LA IMPLEMENTACIÓN DEL MARCO
ESTRATÉGICO SEGÚN RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LA INSTITUCIONALIDAD Y LOS PRINCIPIOS RECTORES DE LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE ACUERDO A LA POLÍTICA NACIONAL Y LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA ORGANIZACIONAL.

EJECUTAR ACCIONES QUE LE PERMITAN A LA ORGANIZACIÓN MEJORAR SU COMPETITIVIDAD TENIENDO EN CUENTA EL CLÚSTER AL CUAL PERTENECE.

IDENTIFICAR LOS ELEMENTOS DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD COMO RESPONSABLES DE LA SOSTENIBILIDAD DE LA ORGANIZACIÓN SEGÚN LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES Y SU MARCO ESTRATÉGICO.

MEDIR LA RENTABILIDAD DEL MERCADO AL CUAL PERTENECE LA ORGANIZACIÓN, TENIENDO EN CUENTA LAS FUENTES DE VENTAJAS COMPETITIVAS.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	34,00
--------------------------------------	--------------

FICHA 2232324 - CATEDRA VIRTUAL DE PRODUCTIVIDAD Y
DE APRENDIZAJE: COMPETITIVIDAD, MODULO 2: PRODUCTIVIDAD

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** DETERMINAR LOS SISTEMAS DE GESTIÓN SEGÚN EL MARCO ESTRATÉGICO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

COMPRENDE LA IMPORTANCIA DE LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LA ORGANIZACIÓN.

DIFERENCIA LOS CONCEPTOS DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LA SOCIEDAD.

IDENTIFICA LOS SISTEMAS DE GESTIÓN EN LA ORGANIZACIÓN ACORDE A POLÍTICAS ESTABLECIDAS

INTERPRETA EL NIVEL DE COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD DE LAS ORGANIZACIONES.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	34,00
--------------------------------------	--------------

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 DE DECISIONES.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	8,00
--------------------------------------	-------------

**FICHA
DE APRENDIZAJE:**

2232343 - INDICADORES DE GESTION

- **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 :	34,00
--------------------------------------	--------------

**FICHA
DE APRENDIZAJE:**

2212893 - 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 DECISIONES.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 8,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 168,00

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