TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: XIOMARA INES OROZCO MEDINA

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO INTERNACIONAL NÁUTICO, FLUVIAL Y PORTUARIO

FECHA INICIAL: 01/12/2020 00:00:00

FECHA FINAL: 12/12/2020 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2137856 - MERCADEO Y VENTAS

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE CLIENTES Y CONSUMIDORES SEGÚNTIPO Y COBERTURA DEL MERCADO PARA LA TOMA DE DECISIONES, APLICANDOTÉCNICAS DE ESTUDIOS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE ACUERDO CONLAS VARIABLES DE INFLUENCIA EN EL MOMENTO DE LA COMPRA

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 24,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2147948 - MERCADEO Y VENTAS

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE CLIENTES Y CONSUMIDORES SEGÚNTIPO Y COBERTURA DEL MERCADO PARA LA TOMA DE DECISIONES, APLICANDOTÉCNICAS DE ESTUDIOS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE ACUERDO CONLAS VARIABLES DE INFLUENCIA EN EL MOMENTO DE LA COMPRA

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	8,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2137855 - MERCADEO Y VENTAS

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE CLIENTES Y CONSUMIDORES SEGÚNTIPO Y COBERTURA DEL MERCADO PARA LA TOMA DE DECISIONES, APLICANDOTÉCNICAS DE ESTUDIOS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE ACUERDO CONLAS VARIABLES DE INFLUENCIA EN EL MOMENTO DE LA COMPRA

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 24,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2147962 - MERCADEO Y VENTAS

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE CLIENTES Y CONSUMIDORES SEGÚNTIPO Y COBERTURA DEL MERCADO PARA LA TOMA DE DECISIONES, APLICANDOTÉCNICAS DE ESTUDIOS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE ACUERDO CONLAS VARIABLES DE INFLUENCIA EN EL MOMENTO DE LA COMPRA

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 8,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2147959 - MERCADEO Y VENTAS

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE CLIENTES Y CONSUMIDORES SEGÚNTIPO Y COBERTURA DEL MERCADO PARA LA TOMA DE DECISIONES, APLICANDOTÉCNICAS DE ESTUDIOS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE ACUERDO CONLAS VARIABLES DE INFLUENCIA EN EL MOMENTO DE LA COMPRA

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 16,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:	80,00

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: XIOMARA INES OROZCO MEDINA

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO INTERNACIONAL NÁUTICO, FLUVIAL Y PORTUARIO