

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: DIEGO ARMANDO PINILLA CHAPARRO

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

FECHA INICIAL: 01/04/2026 00:00:00

FECHA FINAL: 30/04/2026 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 3467602 - DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE PROMOCION EN REDES SOCIALES

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 RECONOCER HERRAMIENTAS EN REDES SOCIALES SEGÚN ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE LA MARCA.

RA2 ESTRUCTURAR CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES SEGÚN SU OBJETIVO COMERCIAL.

RA3 VALIDAR EL IMPACTO DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE ACUERDO CON EL PLAN PROMOCIONAL.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 20,90

FICHA DE APRENDIZAJE: 3467604 - DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE PROMOCION EN REDES SOCIALES

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 RECONOCER HERRAMIENTAS EN REDES SOCIALES SEGÚN ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE LA MARCA.

RA2 ESTRUCTURAR CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES SEGÚN SU OBJETIVO COMERCIAL.

RA3 VALIDAR EL IMPACTO DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE ACUERDO CON EL PLAN PROMOCIONAL.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	21,00
--------------------------------------	--------------

FICHA 3488151 - ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
DE APRENDIZAJE: DIGITAL

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Construir perfil de consumidor de acuerdo con metodologías de mercadeo y tipo de portafolio

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RAP 1- ANALIZAR LOS FACTORES QUE INCIDEN LA DECISIÓN DE COMPRA DEL CONSUMIDOR DIGITAL SEGÚN ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO Y LAS CARACTERÍSTICAS DEL PORTAFOLIO DE LA EMPRESA.

RAP 2- DETECTAR TENDENCIAS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DIGITAL DE ACUERDO CON TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Y NECESIDADES DE LA EMPRESA.

RAP 3- EVALUAR IDEAS CREATIVAS EN LA ESTRATEGIA DIGITAL SEGÚN TENDENCIAS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y LOS OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	24,00
--------------------------------------	--------------

FICHA 3467605 - DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE PROMOCION EN
DE APRENDIZAJE: REDES SOCIALES

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 RECONOCER HERRAMIENTAS EN REDES SOCIALES SEGÚN ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE LA MARCA.

RA2 ESTRUCTURAR CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES SEGÚN SU OBJETIVO COMERCIAL.

RA3 VALIDAR EL IMPACTO DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE ACUERDO CON EL PLAN PROMOCIONAL.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	21,00
--------------------------------------	--------------

FICHA DE APRENDIZAJE: 3488148 - ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DIGITAL

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Construir perfil de consumidor de acuerdo con metodologías de mercadeo y tipo de portafolio

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RAP 1- ANALIZAR LOS FACTORES QUE INCIDEN LA DECISIÓN DE COMPRA DEL CONSUMIDOR DIGITAL SEGÚN ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO Y LAS CARACTERÍSTICAS DEL PORTAFOLIO DE LA EMPRESA.

RAP 2- DETECTAR TENDENCIAS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DIGITAL DE ACUERDO CON TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Y NECESIDADES DE LA EMPRESA.

RAP 3- EVALUAR IDEAS CREATIVAS EN LA ESTRATEGIA DIGITAL SEGÚN TENDENCIAS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y LOS OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	24,00
--------------------------------------	--------------

FICHA DE APRENDIZAJE: 3488150 - ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DIGITAL

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Construir perfil de consumidor de acuerdo con metodologías de mercadeo y tipo de portafolio

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RAP 1- ANALIZAR LOS FACTORES QUE INCIDEN LA DECISIÓN DE COMPRA DEL CONSUMIDOR DIGITAL SEGÚN ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO Y LAS CARACTERÍSTICAS DEL PORTAFOLIO DE LA EMPRESA.

RAP 2- DETECTAR TENDENCIAS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DIGITAL DE ACUERDO CON TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Y NECESIDADES DE LA EMPRESA.

RAP 3- EVALUAR IDEAS CREATIVAS EN LA ESTRATEGIA DIGITAL SEGÚN TENDENCIAS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y LOS OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	24,00
--------------------------------------	--------------

FICHA 3467603 - DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE PROMOCION EN
DE APRENDIZAJE: REDES SOCIALES

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 RECONOCER HERRAMIENTAS EN REDES SOCIALES SEGÚN ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE LA MARCA.

RA2 ESTRUCTURAR CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES SEGÚN SU OBJETIVO COMERCIAL.

RA3 VALIDAR EL IMPACTO DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE ACUERDO CON EL PLAN PROMOCIONAL.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 20,90

FICHA 3488149 - ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
DE APRENDIZAJE: DIGITAL

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Construir perfil de consumidor de acuerdo con metodologías de mercadeo y tipo de portafolio

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RAP 1- ANALIZAR LOS FACTORES QUE INCIDEN LA DECISIÓN DE COMPRA DEL CONSUMIDOR DIGITAL SEGÚN ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO Y LAS CARACTERÍSTICAS DEL PORTAFOLIO DE LA EMPRESA.

RAP 2- DETECTAR TENDENCIAS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DIGITAL DE ACUERDO CON TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Y NECESIDADES DE LA EMPRESA.

RAP 3- EVALUAR IDEAS CREATIVAS EN LA ESTRATEGIA DIGITAL SEGÚN TENDENCIAS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y LOS OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 23,90

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 179,70

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: DIEGO ARMANDO PINILLA CHAPARRO

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