




|  |  |   |
|--|--|---|
|                 | GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL            |   |
|  | PROCEDIMIENTO PLANEACIÓN DEL DESARROLLO CURRICULAR   |   |
|  | FORMATO PLANEACIÓN PEDAGÓGICA DEL PROYECTO FORMATIVO |   |
| Fecha de Elaboración   | 10/02/2026   |   |
| Denominación del Programa de Formación   | FORMULACIÓN DEL PLAN DE MARKETING                    |   |
| Modalidad de Ejecución   | PRESENCIAL   |   |
| Código y versión del Programa  | 12410006 - VERSIÓN 1                                 |   |
| Nombre del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada) |  |   |
| Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada) |  |   |
| Instructor(es) que elabora la planeación pedagógica  | PIER PAOLO OVIEDO DUSSÁN                             | REGIONAL CUNDINAMARCA - CENTRO INDUSTRIAL Y DE DESARROLLO EMPRESARIAL DE SOACHA |
|  | Nombres y Apellidos                                  | Regional y Centro de formación  |

| NOMBRE DE LA COMPETENCIA Y CÓDIGO  | RESULTADOS DE APRENDIZAJE   | CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS  | CONOCIMIENTOS DE PROCESO   | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR  | DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS) |                        | ESTRATEGIA PEDAGÓGICA           | AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS              |   | CRITERIOS DE EVALUACIÓN   | TIPO DE EVIDENCIA DE APRENDIZAJE | TÉCNICA E INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN                                   |
|--|---|--|--|---|---|------------------------|---------------------------------|---|---|---|----------------------------------|---|
|  |   |  |  |   | HORAS TRABAJO ACOMPAÑAMIENTO              | HORAS TRABAJO AUTÓNOMO |                                 | AMBIENTE  | MATERIALES DE FORMACIÓN   |   |                                  |   |
| Evaluar estrategias de mercadeo de acuerdo con objetivos comerciales - 260101009 | RAP 1 - Analizar componentes del plan teniendo en cuenta variables de mercadeo y necesidades de la organización.            | <ul style="list-style-type: none"><li>• Empresa: reseña histórica, planteamiento estratégico, portafolio, fuentes de información.</li><li>• Plan de Mercadeo: concepto, principios, variables del Marketing Mix, objetivo, beneficios, características, estructura, segmentación.</li><li>• Herramientas de análisis de mercados: concepto, tipos, aplicación.</li><li>• Matriz DOFA: concepto, características, componentes, técnica de elaboración.</li><li>• Análisis PESTEL: concepto, características, componentes, técnica de elaboración.</li><li>• Análisis vectorial de crecimiento de la empresa (Matriz de Ansoff): concepto, características, componentes, técnica de elaboración.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Reconocer estructura del plan de mercadeo.</li><li>• Recoger datos estratégicos de la empresa.</li><li>• Integrar la información necesaria para el análisis.</li><li>• Aplicar método de análisis situacional.</li></ul> | Elabore la Planeación Estratégica de la empresa y realice el Diagnóstico de Mercados para el producto seleccionado utilizando las herramientas DOFA y PESTEL. | 10  | 6                      | Consulta - Análisis             | Aula Convencional - Sala de Sistemas - Residencia | Televisor, computadores, tablero, pupitres, mesa, silla, marcadores, bolígrafos, lápices, borradores. | <ul style="list-style-type: none"><li>• Determina el procedimiento para constituir el plan de mercadeo de acuerdo con objetivos de la empresa.</li><li>• Utiliza herramientas de análisis de mercados de acuerdo con necesidades del plan.</li><li>• Consolida la situación actual de la empresa teniendo en cuenta diferentes métodos de análisis.</li></ul> | Producto                         | Técnica: Análisis de Contenido<br>Instrumento: Escala de Estimación.  |
|  | RAP 2 - Formular plan de marketing de acuerdo con análisis situacional.   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Objetivo: concepto, características, clases, construcción.</li><li>• Estrategia: concepto, características, clases. Construcción.</li><li>• Táctica: concepto, clases, construcción.</li><li>• Presupuesto: concepto, clases, técnica de elaboración.</li><li>• Cronograma: concepto, clases, técnica de elaboración.</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Elaborar objetivos.</li><li>• Diseñar estrategias.</li><li>• Elaborar tácticas.</li><li>• Proponer el presupuesto.</li><li>• Definir el cronograma.</li></ul>  | Formule el Plan de Marketing, diseñando las Estrategias y Tácticas con base en las 4P's del Marketing Mix que permitan alcanzar los objetivos propuestos.     | 10  | 6                      | Proyecto                        | Aula Convencional - Sala de Sistemas - Residencia | Televisor, computadores, tablero, pupitres, mesa, silla, marcadores, bolígrafos, lápices, borradores. | <ul style="list-style-type: none"><li>• Elabora el Plan de Marketing de acuerdo con el análisis situacional y objetivos de la organización.</li><li>• Sustenta el Plan de Marketing de acuerdo con necesidades de la empresa.</li></ul>   | Desempeño                        | Técnica: Análisis de Contenido<br>Instrumento: Rúbrica de evaluación. |
|  | RAP 3 - Definir procedimiento de auditoría de mercadeo de acuerdo con herramientas, técnicas y con políticas de la empresa. | <ul style="list-style-type: none"><li>• Índices de gestión: concepto, clases, técnica de elaboración, interpretación.</li><li>• Auditoría de mercadeo: concepto, fases.</li><li>• Mejora continua: concepto, características, proceso</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>•Elaborar índices de gestión.</li><li>•Proponer criterios de mejora continua.</li></ul>  | Formule el Plan de Mejora Continua con base en los resultados del Plan de Marketing, de acuerdo con el Ciclo Deming (P-H-V-A).                                | 10  | 6                      | Aprendizaje basado en problemas | Aula Convencional - Sala de Sistemas - Residencia | Televisor, computadores, tablero, pupitres, mesa, silla, marcadores, bolígrafos, lápices, borradores. | Plantea procesos de mejora acordes con índices de gestión y objetivos de la organización.   | Conocimiento                     | Técnica: Análisis de Contenido<br>Instrumento: Escala de Estimación.  |
| TOTAL HORAS  |   |  |  |   | 30  | 18                     | 48                              |   |   |   |                                  |   |

|  |  |   |
|--|--|---|
|                 | GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL            |   |
|  | PROCEDIMIENTO PLANEACIÓN DEL DESARROLLO CURRICULAR   |   |
|  | FORMATO PLANEACIÓN PEDAGÓGICA DEL PROYECTO FORMATIVO |   |
| Fecha de Elaboración   | 10/02/2026   |   |
| Denominación del Programa de Formación   | EMPRENDIMIENTO DIGITAL                               |   |
| Modalidad de Ejecución   | PRESENCIAL   |   |
| Código y versión del Programa  | 62360012 - V1  |   |
| Nombre del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada) |  |   |
| Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada) |  |   |
| Instructor(es) que elabora la planeación pedagógica  | PIER PAOLO OVIEDO DUSSÁN                             | REGIONAL CUNDINAMARCA - CENTRO INDUSTRIAL Y DE DESARROLLO EMPRESARIAL DE SOACHA |
|  | Nombres y Apellidos                                  | Regional y Centro de formación  |

| COMPETENCIA   | RESULTADOS DE APRENDIZAJE   | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR   | DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS) |                             | ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS  | AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS              |   |                           | CRITERIOS DE EVALUACIÓN  | DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE | TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN                               |
|---|---|--|---|-----------------------------|---------------------------------|---|---|---------------------------|--|--|---|
|   |   |  | HORAS TRABAJO DIRECTO                     | HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE |                                 | AMBIENTE  | MATERIALES DE FORMACIÓN   | INSTRUCTORES RESPONSABLES |  |  |   |
| 240201533 - Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales | RAP 1: Determinar las competencias emprendedoras de acuerdo con los postulados de la UNESCO | Taller - Elementos y Características de la cultura emprendedora.<br>Fecha de Explicación: 19/08/2025<br>Fecha de Entrega: 24/08/2025 | 6   | 10                          | Taller Reflexivo                | Aula Convencional - Sala de Sistemas - Residencia | Televisor, computador, tablero, pupitres, mesa, silla, marcadores, bolígrafos, lápices, morradores, hojas de examen, fotocopias | 1                         | Describe los componentes del comportamiento emprendedor de acuerdo con referentes teóricos.<br>Analiza las competencias emprendedoras según los postulados de la UNESCO. | Conocimiento                               | Técnica: Análisis de Contenido<br>Instrumento: Cuestionario         |
|   | RAP 2: Establecer herramientas digitales de acuerdo con la idea de negocio.                 | Taller - Herramientas digitales: página web y redes sociales<br>Fecha de Explicación: 26/08/2025<br>Fecha de Entrega: 31/08/2025     | 6   | 10                          | Caso de Estudio                 | Aula Convencional - Sala de Sistemas - Residencia | Televisor, computador, tablero, pupitres, mesa, silla, marcadores, bolígrafos, lápices, morradores, hojas de examen, fotocopias | 1                         | Selecciona las tecnologías digitales de acuerdo con la idea de negocio.<br>Estructura las actividades de la estrategia digital según la idea de negocio.                 | Producto                                   | Técnica: Análisis de Contenido<br>Instrumento: Escala de Estimación |
|   | RAP 3: Estructurar el modelo de negocio de acuerdo con la tecnología digital seleccionada.  | Taller - Modelo de negocio CANVAS<br>Fecha de Explicación: 02/09/2025<br>Fecha de Entrega: 05/09/2025                                | 6   | 10                          | Aprendizaje basado en proyectos | Aula Convencional - Sala de Sistemas - Residencia | Televisor, computador, tablero, pupitres, mesa, silla, marcadores, bolígrafos, lápices, morradores, hojas de examen, fotocopias | 1                         | Reconoce los elementos clave de modelo de negocio de acuerdo con herramienta seleccionada.<br>Construye el modelo de negocio según la estrategia digital seleccionada.   | Desempeño                                  | Técnica: Observación Seguimiento<br>Instrumento: Lista de Chequeo   |
| TOTAL HORAS   |   |  | 18  | 30                          | 48                              |   |   |                           |  |  |   |

|  |  |   |
|--|--|---|
|                 | GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL            |   |
|  | PROCEDIMIENTO PLANEACIÓN DEL DESARROLLO CURRICULAR   |   |
|  | FORMATO PLANEACIÓN PEDAGÓGICA DEL PROYECTO FORMATIVO |   |
| Fecha de Elaboración   | 10/02/2026   |   |
| Denominación del Programa de Formación   | EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS PARA SUPERFICIES COMERCIALES |   |
| Modalidad de Ejecución   | PRESENCIAL   |   |
| Código y versión del Programa  | 63220005 - VERSIÓN 1                                 |   |
| Nombre del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada) |  |   |
| Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada) |  |   |
| Instructor(es) que elabora la planeación pedagógica  | PIER PAOLO OVIEDO DUSSÁN                             | REGIONAL CUNDINAMARCA - CENTRO INDUSTRIAL Y DE DESARROLLO EMPRESARIAL DE SOACHA |
|  | Nombres y Apellidos                                  | Regional y Centro de formación  |

| CÓDIGO Y NOMBRE DE LA COMPETENCIA                                    | RESULTADOS DE APRENDIZAJE  | CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS   | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR                                     | DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS) |                        | ESTRATEGIA PEDAGÓGICA | AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS              |   | CRITERIOS DE EVALUACIÓN   | TIPO DE EVIDENCIA DE APRENDIZAJE | TÉCNICA E INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN                                   |
|--|--|---|--|---|------------------------|-----------------------|---|---|---|----------------------------------|---|
|  |  |   |  | HORAS TRABAJO ACOMPAÑAMIENTO              | HORAS TRABAJO AUTÓNOMO |                       | AMBIENTE  | MATERIALES DE FORMACIÓN   |   |                                  |   |
| 260101062 - Surtir productos según plan y técnicas de merchandising. | RAP 1 - Definir condiciones de exhibición de acuerdo con espacio y disponibilidad de producto.   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Inventarios: tipos, características, sistemas de información.</li><li>• Sistemas de información de inventarios: concepto, tipología, gestión, manejo clientes.</li><li>• Picking y packing: funciones, características.</li><li>• Almacenaje: tipos, características, técnicas, equipos y elementos.</li><li>• Recibo y despacho de mercancía: técnicas, procedimientos, formatos, inspección de elementos, equipos.</li></ul>  | Taller Recibo, Almacenamiento y Despacho de mercancías                       | 8   | 8                      | Ideación              | Aula Convencional - Sala de Sistemas - Residencia | Televisor, computadores, tablero, pupitres, mesa, silla, marcadores, bolígrafos, lápices, borradores. | <ul style="list-style-type: none"><li>• Determina el surtido de acuerdo con stock de inventarios en bodega.</li><li>• Controlar averías, vencidos y próximos a vencer con inventario de acuerdo con los tiempos de entrega y condiciones de almacenamiento.</li><li>• Recoge información de venta por producto para establecer el sugerido de pedido.</li></ul>   | Conocimiento                     | Técnica: Análisis de Contenido<br>Instrumento: Rúbrica de evaluación. |
|  | RAP 2 - Proyectar la exhibición de acuerdo con planimetría de góndola y/o stand y características de la superficie comercial.            | <ul style="list-style-type: none"><li>• Productos: tipos, características, naturaleza, técnicas de manipulación y conservación.</li><li>• Surtido: concepto, tipos, cualidades, dimensiones, criterios e indicadores.</li><li>• Plan promocional: concepto, tipología, actividades, materiales, elementos de Comunicación.</li><li>• Normativa ambiental: tipos de residuos, procedimientos de manejo</li><li>• Normatividad de seguridad industrial y salud ocupacional: higiene en el punto de venta, factores de riesgo.</li></ul> | Consulta sobre Productos, Inventarios, Merchandising y Formatos Comerciales. | 6   | 8                      | Proyecto              | Aula Convencional - Sala de Sistemas - Residencia | Televisor, computadores, tablero, pupitres, mesa, silla, marcadores, bolígrafos, lápices, borradores. | <ul style="list-style-type: none"><li>• Organiza los entrepaños de acuerdo con la estrategia de exhibición para el producto seleccionado.</li><li>• Dispone el material POP como apoyo a la exhibición de acuerdo con el manual de Merchandising y la normativa en seguridad y salud en el trabajo.</li><li>• Desecha el material y los residuos de embalajes teniendo en cuenta el manejo ambiental del punto de venta.</li></ul>  | Producto                         | Técnica: Análisis de Contenido<br>Instrumento: Escala de Estimación.  |
|  | RAP 3 - Verificar la efectividad de la exhibición de acuerdo con manual de merchandising en punto de venta y el impacto en los clientes. | <ul style="list-style-type: none"><li>• Exhibición: concepto, tipos, niveles y zonas, categorías de productos, lineales, planimetrías. alcance por formatos comerciales.</li><li>• Merchandising: concepto, tipos y funciones, planes, material pop.</li><li>• Rótulos y etiquetas de productos: funciones, equipos.</li><li>• Servicio al cliente: concepto, técnicas de demostración, técnicas de negociación, y relaciones interpersonales.</li></ul>  | Taller Exhibición, Surtido, Merchandising y Servicio al Cliente.             | 8   | 10                     | Consulta - Análisis   | Aula Convencional - Sala de Sistemas - Residencia | Televisor, computadores, tablero, pupitres, mesa, silla, marcadores, bolígrafos, lápices, borradores. | <ul style="list-style-type: none"><li>• Plantea la exhibición para el lineal de acuerdo con la disponibilidad de métrica del plan de merchandising.</li><li>• Utiliza técnicas de demostración del producto en punto de venta.</li><li>• Impulsa el producto con tácticas de degustación y demostración de acuerdo con políticas de la empresa y la superficie comercial.</li><li>• Aplica las técnicas de negociación según necesidades el consumidor v/o cliente y políticas de la empresa.</li></ul> | Desempeño                        | Técnica: Análisis de Contenido<br>Instrumento: Escala de Estimación.  |
| TOTAL HORAS  |  |   |  | 22  | 26                     | 48                    |   |   |   |                                  |   |