		Versión: 04
		Código: GFPI-F-134

Proceso Gestión de Formación Profesional Integral

Formato Planeación Pedagógica

Fecha de Elaboración	**25 DE FEBRERO DE 2026**
Denominación del Programa de Formación	**EMPRENDIMIENTO Y FOMENTO EMPRESARIAL**
Modalidad de Formación	**PRESENCIAL**
Código y versión del Programa de Formación	**134102 V 1**
Nombre del Proyecto Formativo (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	**DISEÑO Y FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO CON ENFOQUE EMPRESARIAL EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA.**
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	**3460631**

Nombre Completo de los integrantes del Equipo de Gestión Curricular que realizó la planeación pedagógica	**Nombres y Apellidos**	**Regional y Centro de formación**
	BRENDA W. MEDINA CASTRO	**CAUCA - COMERCIO Y SERVICIOS**
	Nombres y Apellidos	**Regional y Centro de formación**
	Nombres y Apellidos	**Regional y Centro de formación**
	Nombres y Apellidos	**Regional y Centro de formación**

FASE DE PROYECTO FORMATIVO (Si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO FORMATIVO (si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	SABERES DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS	SABERES DE PROCESO	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			OBSERVACIONES
								HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES	

Copia no controlada

INDUCCION	DESARROLLAR EL PROCESO DE INDUCCIÓN	Resultado de Aprendizaj	**IDENTIFICAR LA DINÁMICA ORGANIZACIONAL DEL SENA Y EL ROL DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL DE ACUERDO CON SU PROYECTO DE VIDA Y EL DESARROLLO PROFESIONAL**	MISIÓN, VISIÓN, HISTORIA INSTITUCIONAL, OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL, PRINCIPIOS ÉTICOS, VALORES Y PROCEDERES ÉTICOS. ELEMENTOS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL: ESCUDO, BANDERA, LOGO SÍMBOLO, HIMNO, ESCARAPELAS. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA, POLÍTICAS DE BIENESTAR A APRENDICES Y NORMAS DE CONVIVENCIA INTERNA: ALTERNATIVAS PARA EL DESARROLLO DE LA ETAPA PRODUCTIVA, ETAPAS DE LA FORMACIÓN, REGLAMENTO DEL APRENDIZ. FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL: CONCEPTO, PRINCIPIOS Y CARACTERÍSTICAS. TIPOS DE OFERTA DE	IDENTIFICAR EL DESARROLLO HISTÓRICO DEL SENA. IDENTIFICAR LA IDENTIDAD CORPORATIVA DEL SENA. DESCRIBIR LOS ELEMENTOS QUE CONFORMAN LA IMAGEN CORPORATIVA DEL SENA. IDENTIFICAR LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA ENTIDAD. DESCRIBIR LAS NORMAS DE CONVIVENCIA QUE REGULAN EL COMPORTAMIENTO DEL APRENDIZ, DURANTE EL PROCESO DE FORMACIÓN. DESCRIBIR LAS CARACTERÍSTICAS DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL DEL SENA. DIFERENCIAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA DE PROGRAMAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL.	RECONOCE LA IDENTIDAD INSTITUCIONAL Y LOS PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS Y FORMATIVOS. IDENTIFICA LOS COMPONENTES Y ESTRUCTURA DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL SEGÚN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN Y SU PERFIL COMO APRENDIZ DEL SENA. INCORPORA A SU PROYECTO DE VIDA LAS OPORTUNIDADES OFRECIDAS POR EL SENA.	Reflexión sobre el rol del aprendiz: Analizar los beneficios personales y profesionales de ingresar al SENA y proyectar el impacto del egresado en el desarrollo social y técnico del país. Identificar las diferencias percibidas entre el SENA y la universidad, compartiendo saberes comunes sobre la institución. Reconstruir los hitos históricos de la fundación del SENA (1957) y el papel de las instituciones intervinientes. Sintetizar los objetivos institucionales y analizar cómo se reflejan en el himno, escudo, bandera y logo-símbolo. Identificar el Director General, las regionales, los directivos del Centro de	24	24	Taller Creativo (Nota Periodística): Redacción de una noticia radial en equipos de cinco integrantes para simular la difusión del nacimiento del SENA. Simulación / Juego de Roles: Explicar la misión a un tercero (rol de amigo) para validar la comprensión del concepto. Investigación Dirigida: Consulta de la página oficial (sena.edu.co) y uso de herramientas digitales para mapear la organización. Matriz de Información: Diseño de cuadros comparativos y registros de contacto para identificar oportunidades del proyecto de vida. Dinámica Participativa de Preguntas y Respuestas: Redacción y resolución de interrogantes sobre casos de convivencia en plenaria.				Las competencias transversales (habilidades blandas) son responsabilidad de la I.E. y se fundamenta en el compromiso acordado en desarrollo del Cruce de Malla Curricular el que se registró y aprobó en el formato "GFPI-F-035_V2_Formato_Articulacion_Curriculo_Educacion_Media" Se exceptúan las competencias de "Derechos Fundamentales en el trabajo..." y de "Seguridad y salud en el trabajo" siempre y cuando hayan sido abordadas oficialmente por los instructores del Centro idóneos para impartirlas.
ANALISIS		ATIENDE A CLIENTES DE ACUERDO A NORMATIVA Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN	RA1. RECONOCER LOS PROTOCOLOS DE SERVICIO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN RA4. RESPONDER LAS PQRS INTERPUESTAS POR EL CLIENTE, CON BASE EN REQUERIMIENTOS, LA NATURALEZA DE LA INFORMACIÓN Y EL CANAL ESTABLECIDO POR LA ORGANIZACIÓN RA3. TRAMITAR PQRS APLICANDO TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y NEGOCIACIÓN PARA SU RESOLUCIÓN POR MEDIO TECNOLÓGICOS DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN RA2. UTILIZAR TÉCNICAS DE SERVICIO PRESENCIAL Y VIRTUAL DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y ESTRATEGIAS DE SOCIAL MEDIA	ETIQUETA Y PROTOCOLO EMPRESARIAL. CONCEPTO, REGLAS, IMAGEN CORPORATIVA, NORMAS DE CORTESÍA. MANUAL DE PROCEDIMIENTO DE ATENCIÓN AL CLIENTE. TIPOS DE CLIENTE O USUARIO: DEFINICIÓN, CLASIFICACIÓN, TIPOLOGÍA, CARACTERÍSTICAS DE POBLACIÓN VULNERABLE. REQUERIMIENTOS: CONCEPTO, TIPOS Y NORMATIVA DE TIEMPOS DE RESPUESTA. SERVICIO: DEFINICIÓN, CICLO, TRIÁNGULO, MOMENTOS DE VERDAD, PROTOCOLO, PROCEDIMIENTO, NORMAS TÉCNICAS, PORTAFOLIO DE SERVICIOS, CANALES NORMAS DE CONVIVENCIA EMPRESARIAL. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE: CONCEPTO, NORMAS TÉCNICAS DE CALIDAD ASOCIADAS AL SERVICIO. BARRERAS DE COMUNICACIÓN: VERBALES, AMBIENTALES, INTERPERSONALES. TIPOS DE COMUNICACIÓN: EN EL AMBIENTE EMPRESARIAL, SEGÚN EL CÓDIGO, EL ÁMBITO, EL GRADO DE PRINCIPIOS BÁSICOS DE COMUNICACIÓN PRESENCIAL TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN PRESENCIAL HABILIDADES SOCIALES TÉCNICAS DE ASERTIVIDAD: DISCO RAYADO, BANCO DE NIEBLA, ASERTIVIDAD NEGATIVA, INTERROGACIÓN NEGATIVA, TÉCNICA PIEDRA GRIS. COMUNICACIONES SOCIALES Y TELEMÁTICAS: LAS REDES SOCIALES TIPOS DE CLIENTES: SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS PERSONALES, TÍMIDO O INDECISO, DIFÍCILES, AMISTOSO, ESCÉPTICOS, COLECTIVO TRIANGULO DE SERVICIO MOMENTO DE LA VERDAD. COMUNICACIÓN: ELEMENTOS DE PROCESO EN LA COMUNICACIÓN, CÓDIGO, EMISOR, CONTEXTO, CANAL, MENSAJE, PROCESO, SOPORTE, RETROALIMENTACIÓN, INTERFERENCIA, RECEPTOR. COMUNICACIÓN NO VERBAL EN LA	IDENTIFICAR ETIQUETA Y PROTOCOLOS DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE. DETERMINAR LAS NECESIDADES DEL CLIENTE DIRECCIONADAS CON LA COMUNICACIÓN Y EL SERVICIO TANTO VIRTUAL COMO PRESENCIAL. CLASIFICAR LOS REQUERIMIENTOS Y TIEMPOS DE RESPUESTA. UTILIZAR TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN ASERTIVA. REGISTRAR LA SOLICITUD DE LOS USUARIOS EN LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y PROCEDIMIENTOS DEL SERVICIO. ADAPTAR PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN LA ATENCIÓN CARA CARA, MEDIOS ELECTRÓNICOS Y VIRTUALES. DIGITAR LA INFORMACIÓN EN BASES DE DATOS. UTILIZAR CÓDIGOS ÉTICOS PARA LA CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN. DOCUMENTAR LA INFORMACIÓN DE LA ATENCIÓN Y EL SERVICIO. APLICAR LOS INDICADORES DE GESTIÓN EN LA ATENCIÓN Y EL SERVICIO REALIZAR LA TRAZABILIDAD A LA PQRS CONFORME A PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA ORGANIZACIÓN CANALIZAR HACIA LOS DEPARTAMENTOS U ORGANISMOS COMPETENTES LAS CONSULTAS, QUEJAS Y RECLAMACIONES, APLICAR TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN LA ORIENTACIÓN E INFORMACIÓN AL CLIENTE EN LA GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES. APLICAR TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN EN RECLAMACIONES, BUSCANDO SOLUCIONES DE CONSENSO ENTRE LAS PARTES. DOCUMENTAR LA ATENCIÓN BRINDADA A LOS CLIENTES. APLICAR INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN PARA MEDIR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y LA EFICACIA DEL SERVICIO PRESTADO. EJECUTAR LAS ACCIONES ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES (MANEJO DE BASE DE DATOS) REDACTAR RESPUESTA A PQRS A TRAVÉS DEL MEDIO Y/O CANAL ESTABLECIDO.	APROPIA LOS PROTOCOLOS DE SERVICIO, POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y MANUALES PROCEDIMIENTOS DE ATENCIÓN AL USUARIO DE ACUERDO CON LA TIPOLOGÍA DE CLIENTES. APLICA TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN EL SERVICIO, TENIENDO EN CUENTA LA IMAGEN CORPORATIVA, ESTÁNDARES DE CALIDAD, REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE, NORMATIVA Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN. UTILIZA LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y REGISTRO EN BASES DE DATOS EN EL PROCESO DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE, TENIENDO EN CUENTA LOS PROTOCOLOS INSTITUCIONALES, EL PLAN DE CONTINGENCIAS Y LA TECNOLOGÍA DISPONIBLE. REALIZA LA TRAZABILIDAD DE LA ATENCIÓN Y EL SERVICIO, TENIENDO EN CUENTA CALIDAD, TIEMPOS DE RESPUESTA, PROTOCOLO Y POLÍTICA INSTITUCIONAL. ELABORA INFORME EN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ATENCIÓN Y EL SERVICIO TENIENDO EN CUENTA LOS INDICADORES DE GESTIÓN, LAS POLÍTICAS Y LAS PRÁCTICAS ASOCIADAS AL SERVICIO.	Analizar el impacto de la atención al cliente en la competitividad empresarial a través de la observación de videos y situaciones reales de servicio. Interpretar la normatividad vigente, los manuales de servicio y los protocolos de etiqueta empresarial para establecer el marco legal y corporativo de la organización. Diagnosticar la calidad del servicio en una organización específica y diseñar un informe técnico que incluya planes de mejora estratégica y protocolos de atención	24	24	Aprendizaje Basado en Problemas (Utilizar los Estudios de Caso para que los aprendices resuelvan conflictos críticos de servicio al cliente, aplicando la normatividad vigente.) Simulación de Roles (Practicar las Guías de etiqueta y protocolo mediante simulaciones de atención presencial y telefónica, permitiendo la reflexión crítica sobre el desempeño) Investigación Dirigida (Realizar un análisis documental del Manual de servicio y la Normatividad para fundamentar la creación de la oferta comercial.) Aprendizaje Colaborativo (Organizar equipos para la elaboración del Informe escrito, donde se evalúen indicadores de gestión y se propongan soluciones creativas de mejora.)	sala de informatica	papel, marcadores, equipos de computo	BRENDA MEDINA	

PLANEACION		APOYA ACTIVIDADES DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA ACORDE A LINEAMIENTOS ORGANIZACIONALES	RA4. EJECUTAR ACCIONES DE ACUERDO AL PLAN DE MEJORAMIENTO SEGÚN ESTRATEGIA DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL RA3. DOCUMENTAR LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS SEGÚN EL CRONOGRAMA DE TRABAJO Y PLAN DE ACCIÓN CONFORME A LA ESTRATEGIA DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL RA2. APLICAR HERRAMIENTA DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA CON BASE EN INSUMOS ENTREGADOS POR LA ALTA DIRECCIÓN DE ACUERDO AL DIRECCIONAMIENTO Y POLÍTICAS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL RA1. PREPARAR EL INFORME DE DIAGNÓSTICO SEGÚN METODOLOGÍA Y TÉCNICAS PARA SU ELABORACIÓN SEGÚN NECESIDADES, OBJETIVOS Y DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA ORGANIZACIÓN	ECONOMÍA DIGITAL: CONCEPTO, COMPONENTES, MODELOS DE NEGOCIOS, CARACTERÍSTICAS, E-BUSINESS, E-COMMERCE ADMINISTRACIÓN: CONCEPTO, HISTORIA, FUNCIÓN, CARACTERÍSTICAS, ÉTICA Y ÉNFASIS DE LA ADMINISTRACIÓN EN LAS TAREAS, LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL, LAS PERSONAS, LA TECNOLOGÍA Y EL AMBIENTE. EMPRESA: CONCEPTO, RAZÓN DE SER DE LA EMPRESA, ELEMENTOS BÁSICOS, CLASIFICACIÓN, INTEGRACIÓN DE RECURSOS PARA TRABAJO, ÁREAS FUNCIONALES, RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PROCESO ADMINISTRATIVO: CONCEPTO, FUNCIONES BÁSICAS DE PLANIFICACIÓN, ETAPAS, CARACTERÍSTICAS, ELEMENTOS. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL: CONCEPTO, TIPOS, CARACTERÍSTICAS, ELEMENTOS, TÉCNICAS, VARIABLES. BASES DEL PROCESO DE DIAGNÓSTICO: LA INDUSTRIA Y LAS ORGANIZACIONES EN LA ECONOMÍA DIGITAL Y LAS REDES, PRINCIPIOS RECTORES, FUENTES DE INFORMACIÓN, EVALUACIÓN DEL ENTORNO, DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO, AUDITORÍA INTERNA Y EXTERNA. INFORME: CARACTERÍSTICAS, NORMAS DE REFERENCIA, NORMA TÉCNICA PARA LA ELABORACIÓN. FUNDAMENTOS DE LA PLANEACIÓN: TIPOS DE PANES, PASOS, FIJACIÓN DE OBJETIVOS ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS: CONCEPTO, PARADIGMAS, TIPOS, METODOLOGÍA, MODELO, ELEMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN, TIPOS DE NOVEDADES. PRINCIPIOS CORPORATIVOS: VALORES CORPORATIVOS, MATRIZ AXIOLÓGICA Y CULTURA ORGANIZACIONAL. MISIÓN Y VISIÓN CORPORATIVA:	RECOLECTAR INFORMACIÓN BASE PARA EL DIAGNÓSTICO INTERNO Y EXTERNO DE LA ORGANIZACIÓN. PREPARAR LA INFORMACIÓN RECOLECTADA PARA ELABORAR EL DIAGNÓSTICO. PROYECTAR EL INFORME DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL. DIAGRAMAR LOS PASOS LÓGICOS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA ACORDE A LA ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL RECONOCER FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS DE LA ORGANIZACIÓN. ELABORAR MATRICES NECESARIAS PARA EL ANÁLISIS Y CONSTRUCCIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO INTERPOLAR FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS SEGÚN PRIORIZACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LOS MISMOS. UTILIZAR HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS DE GESTIÓN PARA LA CREACIÓN DEL JUEGO DE MATRICES DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. MONITOREAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES PROGRAMADAS EN EL CRONOGRAMA DE TRABAJO. DILIGENCIAR REGISTRO DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS COTEJAR LAS ACTIVIDADES PROGRAMADAS Y LOS RECURSOS ASIGNADOS. CALCULAR INDICADORES DE GESTIÓN ESTABLECIDOS POR MEDIO DE HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA EL CONTROL DE ACTIVIDADES. DESARROLLAR ACCIONES DE MEJORA SEGÚN INDICACIONES DADAS POR NIVELES JERÁRQUICOS SUPERIORES.	PRESENTA DE MANERA ORDENADA LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN EL DIAGNOSTICO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS QUE PERSIGUE LA ORGANIZACIÓN. IDENTIFICA CON OBJETIVIDAD EL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA ORGANIZACIÓN ORIENTADOS A LOS PROCESOS DE TOMA DE DECISIONES. APLICA CON RESPONSABILIDAD LAS HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN ORIENTADO A LA ESTRATEGIA DE LAINTELIGENCIA EMPRESARIAL Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES. DOCUMENTA LAS ACTIVIDADES EJECUTADAS Y LOS RECURSOS ASIGNADOS SEGÚN CRONOGRAMA Y PLAN DE ACCIÓN. APLICA ACCIONES DE MEJORA TENIENDO EN CUENTA DIRECTRICES, PRINCIPIOS DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA ACORDES AL PROGRAMA DE MEJORAMIENTO.	Realizar un análisis PESTEL y de las 5 fuerzas de Porter aplicado a una unidad productiva de la región o a la institución educativa, utilizando herramientas de recolección de datos primarios. Elaborar una matriz de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, cruzando variables para generar estrategias FO, DO, FA y DA para un modelo de negocio digital. Diseño de Cuadro de Mando: Construir indicadores de gestión (KPIs) básicos y un cronograma de actividades en herramientas ofimáticas (Excel/Project) para el seguimiento de metas.	48	48	Identificar una necesidad real en una empresa local y proponer una solución desde la planeación. Mapas Mentales y Cuadros Sinópticos: Para la jerarquización de factores críticos de éxito. Taller Cooperativo: Construcción colaborativa del plan de acción en entornos de nube (Google Workspace / MS Teams).	sala de informatica	Equipos de computo, marcadores, papel, cartulina,	BRENDA MEDINA	
		PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE DATOS DE ACUERDO CON TÉCNICAS Y	RA4. PREPARAR INFORMES DE DATOS RECOLECTADOS, DE ACUERDO A POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y NORMAS TÉCNICAS RA1. PREPARAR INFORMACIÓN SEGÚN METODOLOGÍA, INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS ESTADÍSTICAS, DE ACUERDO A NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	APLICACIONES EN LOS NEGOCIOS Y EN LA ECONOMÍA ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA. DATOS: ELEMENTOS, VARIABLES Y OBSERVACIONES, ESCALAS DE MEDICIÓN, DATOS CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS, DATOS DE SECCIÓN TRANSVERSAL Y DE SERIES DE TIEMPO, VARIABLES DISCRETAS Y CONTINUAS, REDONDEO DE CANTIDADES NUMÉRICAS, NOTACIÓN CIENTÍFICA, CIFRAS. FUENTES DE DATOS: FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS, FUENTES EXISTENTES, ESTUDIOS ESTADÍSTICOS, ERRORES EN LA ADQUISICIÓN DE DATOS. POBLACIÓN Y MUESTRA: ESTADÍSTICA INDUCTIVA (O INFERENCIAL) Y ESTADÍSTICA TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN: LA ENCUESTA, LA OBSERVACIÓN, LA ENTREVISTA, LA EXPERIMENTACIÓN HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS ESTADÍSTICAS. ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA: DISTRIBUCIONES DE FRECUENCIA, INTERVALOS DE CLASE Y LÍMITES DE CLASE, FRONTERAS DE CLASE, TAMAÑO O AMPLITUD DE UN INTERVALO DE CLASE, LA MARCA DE CLASE, REGLAS GENERALES PARA FORMAR UNA DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIA, HISTOGRAMAS Y POLÍGONOS DE FRECUENCIA, DISTRIBUCIONES DE FRECUENCIA RELATIVA, DISTRIBUCIONES DE FRECUENCIA ACUMULADA Y OJIVAS, DISTRIBUCIONES DE FRECUENCIA ACUMULADA RELATIVA Y OJIVAS PORCENTUALES, CURVAS DE FRECUENCIA Y OJIVAS SUAVIZADAS. TIPOS DE CURVAS	APLICAR METODOLOGÍAS Y TÉCNICAS ESTADÍSTICAS SELECCIONAR HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS ESTADÍSTICAS ESTABLECER LAS FUENTES DE INFORMACIÓN DETERMINAR LA MUESTRA ACORDE A PARÁMETROS TÉCNICOS APLICAR INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN TABULAR LA INFORMACIÓN RECOLECTADA EN LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN. REALIZAR TABLAS DE DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS. ELABORAR GRÁFICOS ESTADÍSTICOS. UTILIZAR HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS	ALISTA LA INFORMACIÓN RECOLECTADA DE ACUERDO A LAS NECESIDADES DE LA EMPRESA, PARÁMETROS TÉCNICOS Y METODOLOGÍA ESTADÍSTICA. APLICA METODOLOGÍAS DE ORGANIZACIÓN DE DATOS PARA SU PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS TENIENDO EN CUENTA LAS NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN Y EL PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN. DETERMINA MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL QUE PERMITAN LA	Realizar procesos de extracción, transformación y carga de datos (limpieza de bases de datos) utilizando funciones avanzadas de Excel Estructurar relaciones entre tablas de datos y validar la integridad de la información según requerimientos del negocio.		Simulación de Entornos: Uso de bases de datos ficticias con errores comunes para que el aprendiz los detecte y corrija. Aprendizaje Basado en Proyectos: Integrar los datos del proyecto formativo a una estructura de análisis.				

EJECUCION		METODOLOGIAS	RA3. VERIFICA LA INFORMACIÓN REGISTRADA DE ACUERDO A LAS POLÍTICAS Y METODOLOGÍAS ESTABLECIDAS PARA LA INVESTIGACIÓN	DE FRECUENCIA. SOFTWARES ESTADÍSTICOS ESPECIALIZADOS Y HOJAS DE CÁLCULO. MEDIA, MEDIANA Y MODA, Y OTRAS MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL: ÍNDICES O SUBÍNDICES, SUMATORIA, PROMEDIOS O MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL, LA MEDIA ARITMÉTICA, MEDIA ARITMÉTICA PONDERADA, PROPIEDADES DE LA MEDIA ARITMÉTICA, CÁLCULO DE LA MEDIA ARITMÉTICA PARA DATOS AGRUPADOS, LA MEDIANA, LA MODA, RELACIÓN EMPÍRICA ENTRE LA MEDIA, LA MEDIANA Y LA MODA, LA MEDIA GEOMÉTRICA G, LA MEDIA ARMÓNICA H, RELACIÓN ENTRE LAS MEDIAS ARITMÉTICA, GEOMÉTRICA Y ARMÓNICA, LA RAÍZ CUADRADA MEDIA, CUARTILES, DECILES Y PERCENTILES. SOFTWARE Y MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL: APLICACIONES EN SISTEMAS INFORMÁTICOS Y HOJAS DE CÁLCULO. DESVIACIÓN ESTÁNDAR Y OTRAS MEDIDAS DE DISPERSIÓN: DISPERSIÓN O VARIACIÓN ABSOLUTA Y RELATIVA, RANGO DESVIACIÓN MEDIA, DESVIACIÓN ESTÁNDAR, VARIANZA, MÉTODO ABREVIADO PARA EL CÁLCULO DE LA DESVIACIÓN ESTÁNDAR PROPIEDADES DE LA DESVIACIÓN ESTÁNDAR, COEFICIENTE DE VARIACIÓN SOFTWARE Y MEDIDAS DE DESVIACIÓN: APLICACIONES EN SISTEMAS INFORMÁTICOS Y HOJAS DE CÁLCULO.	DISPONIBLES. CALCULAR MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL SELECCIONAR LAS MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL DE ACUERDO A LA NATURALEZA DE LOS DATOS VERIFICAR LA INFORMACIÓN QUE SEA ACORDE CON LAS VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN. CALCULAR MEDIDAS DE DISPERSIÓN Y DESVIACIÓN ESTÁNDAR PROYECTAR INFORMES DE RESULTADOS CON LOS ELEMENTOS DEL TRATAMIENTO DE LOS DATOS	VERIFICACION DE LOS DATOS Y SIRVAN DE BASE PARA EL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RECOLECTADA. ALISTA INFORME DE DATOS DE MANERA ORDENADA TENIENDO EN CUENTA LA RACIONALIDAD DE LAS CIFRAS CONCEPTOS, VARIABLES, FUENTES DE INFORMACIÓN Y REFERENCIAS PREVISTAS	Crear Dashboards interactivos que representen métricas de ventas o comportamiento de clientes mediante herramientas como Power BI o Excel avanzado.			Exposición Propositiva: Presentación de los hallazgos de los datos ("Storytelling" con datos).				
		SISTEMATIZACIÓN DE DATOS MASIVOS DE ACUERDO A TÉCNICAS DE ANALÍTICA DE DATOS Y HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	RA1. ORGANIZAR LA INFORMACIÓN A SISTEMATIZAR DE ACUERDO CON TÉCNICAS DE ANÁLISIS. RA3. VALIDAR LA DATA DE ACUERDO CON EL PROCESO ANÁLISIS DE DATOS. RA2. REALIZAR EL AFINAMIENTO DE LOS DATOS DE ACUERDO CON LAS HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS SELECCIONADAS. RA4. PREPARA INFORMES DE LA DATA, UTILIZANDO HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS.	TIPOS DE DATOS: ESTRUCTURADOS, NO ESTRUCTURADOS, SEMIESTRUCTURADOS. INTELIGENCIA DE NEGOCIOS (BI) BASES DE DATOS: TIPOS, SENTENCIAS SQL, PROCESOS DE EXTRACCIÓN, TRANSFORMACIÓN Y CARGUE DE DATOS (ETL). MINERÍA DE DATOS: CONCEPTO, DATO, CARACTERÍSTICAS, PROCESO, MODELOS. ANALÍTICA DE DATOS: INTRODUCCIÓN, CONCEPTOS, TÉCNICAS Y PROCESOS DE ANÁLISIS DE DATOS. BIG DATA: CARACTERÍSTICAS, PROCESOS. HERRAMIENTA INFORMÁTICA PARA ANALÍTICA DE DATOS: INSTALACIÓN Y CONFIGURACIÓN, CLASIFICACIÓN DE DATOS, CONVERSIÓN, TRANSFORMACIÓN, ORDENAMIENTO, IMPORTAR Y EXPORTAR DATOS. LICENCIAS: SOFTWARE COMERCIAL Y SOFTWARE LIBRE.	SELECCIONAR FUENTES DE INFORMACIÓN ACORDE CON PARÁMETROS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS. RECOPILAR INFORMACIÓN DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTOS TÉCNICOS Y TIPO DE FUENTE. UTILIZAR HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA LA ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN. IMPORTAR LOS DATOS DE ACUERDO CON LA INFORMACIÓN RECOPILADA Y LA HERRAMIENTA INFORMÁTICA A UTILIZAR. ESTRUCTURAR LOS DATOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES ORGANIZACIONALES. CONVERTIR LOS DATOS SEGÚN REQUERIMIENTOS DE TRATAMIENTO DE DATOS. EXPORTAR LOS DATOS DEPURADOS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE	APLICA TÉCNICAS DE ORGANIZACIÓN DE DATOS EN INTELIGENCIA DE NEGOCIOS Y BIG DATA DE ACUERDO CON EL ENTORNO. EJECUTA EL PROCESO DE DEPURACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DE DATOS DE ACUERDO CON LAS HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS SELECCIONADAS. EXAMINA EL RESULTADO DE LA TRANSFORMACIÓN Y LIMPIEZA DE DATOS CORRESPONDA CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE. ALISTA DE FORMA CLARA Y OBJETIVA INFORMES DE ANÁLISIS DE LA DATA UTILIZANDO HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS.							
EVALUACION		PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS DE SOCIAL MEDIA DE ACUERDO A TÉCNICAS Y METODOLOGÍAS	RA4. PREPARAR EL INFORME DE RESULTADOS DE LA ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA A PARTIR DE INDICADORES PROPUESTOS. RA1. ORGANIZAR LA INFORMACIÓN PARA LA ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL. RA2. APLICAR HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS Y COLABORATIVAS PARA LA ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA A PARTIR DE LOS OBJETIVOS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL. RA3. OPERAR HERRAMIENTAS PARA LA MEDICIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN: TÉCNICAS DE EXTRACCIÓN DE INFORMACIÓN, DE DOCUMENTACIÓN Y DE SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN. AUDIENCIAS: TÉCNICAS DE IDENTIFICACIÓN Y DE BARRIDO. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE LÍNEA EDITORIAL, CULTURA DE MASAS E INTENCIÓN COMUNICATIVA. INVESTIGACIÓN: TÉCNICAS Y MÉTODOS DE BÚSQUEDA, ANÁLISIS Y VALIDACIÓN DE DATOS. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE ESTÁNDARES INFORMATIVOS. SOCIAL MEDIA: TÉCNICAS DE MASIFICACIÓN, TÉCNICAS Y MÉTODOS DE ADWORDS, DE MAAS MEDIA, DE ADSENSE, CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE RED DE DISPLAY. COMERCIO ELECTRÓNICO: DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS, REGISTRO Y SUBASTAS, PAGOS ONLINE. MARKETING DIGITAL: DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS, CANALES, RECURSOS TECNOLÓGICOS, MEDIOS DIGITALES.	RECOLECTAR INFORMACIÓN DE LOS REQUERIMIENTOS DE LA ESTRATEGIA DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL. SELECCIONAR REQUERIMIENTOS DE POSICIONAMIENTO PARA EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y TIPOLOGÍA DEL CONTENIDO. CLASIFICAR LOS DATOS CON TÉCNICAS DE GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN. INSPECCIONAR QUE LA INFORMACIÓN COINCIDE CON REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO Y TÉCNICAS DE VERIFICACIÓN DE FUENTES. PREPARAR LA NORMALIZACIÓN DE LOS DATOS PARA LA PROPUESTA DE SOCIAL MEDIA. AJUSTAR LA INFORMACIÓN DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL CON LOS RESULTADOS DE MINERÍA DATOS, HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE LA DATA Y SOFTWARE ESPECIALIZADO. EJECUTAR PRUEBAS DE OPTIMIZACIÓN CON ESTÁNDARES WEB Y TÉCNICAS DE MEDICIÓN DE CONSUMO DE INFORMACIÓN. PARTICIPAR EN LA MODIFICACIÓN DE	CONSOLIDA LA INFORMACIÓN PARA LA ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL ENTORNO EMPRESARIAL. UTILIZA HERRAMIENTAS DIGITALES PARA LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA SOCIAL MEDIA DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PROPUESTOS. UTILIZA HERRAMIENTA PARA MEDIR EL COMPORTAMIENTO DE LA ESTRATEGIA SOCIAL MEDIA A PARTIR DE LOS OBJETIVOS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL. ALISTA EL INFORME DE RESULTADOS DE LA ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA UTILIZANDO HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS.							