**Proceso Gestión de Formación Profesional Integral**

**Formato Planeación Pedagógica**

Copia no controlada

| | |
|---|---|
| **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**<br>**BRENDA W. MEDINA CASTRO** | **Regional y Centro de formación**<br>**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 | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 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<br>ÉTICOS, VALORES Y PROCEDERES ÉTICOS.<br>ELEMENTOS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL: ESCUDO, BANDERA, LOGO SÍMBOLO, HIMNO, ESCARAPELAS.<br>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA, POLÍTICAS DE BIENESTAR<br>A APRENDICES Y NORMAS DE CONVIVENCIA INTERNA: ALTERNATIVAS PARA EL DESARROLLO DE LA ETAPA<br>PRODUCTIVA, ETAPAS DE LA FORMACIÓN, REGLAMENTO DEL APRENDIZ.<br>FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL: CONCEPTO, PRINCIPIOS Y CARACTERÍSTICAS.<br>TIPOS DE OFERTA DE | IDENTIFICAR EL DESARROLLO HISTÓRICO DEL SENA.<br>IDENTIFICAR LA IDENTIDAD CORPORATIVA DEL SENA.<br>DESCRIBIR LOS ELEMENTOS QUE CONFORMAN LA IMAGEN CORPORATIVA DEL SENA.<br>IDENTIFICAR LA ESTRUCTURA<br>ORGANIZACIONAL DE LA ENTIDAD.<br>DESCRIBIR LAS NORMAS DE CONVIVENCIA QUE REGULAN EL COMPORTAMIENTO DEL APRENDIZ, DURANTE<br>EL PROCESO DE FORMACIÓN.<br>DESCRIBIR LAS CARACTERÍSTICAS DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL DEL SENA.<br>DIFERENCIAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA DE PROGRAMAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL<br>INTEGRAL. | RECONOCE LA IDENTIDAD INSTITUCIONAL Y LOS PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS Y FORMATIVOS.<br>IDENTIFICA LOS COMPONENTES Y ESTRUCTURA DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL SEGÚN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN Y SU PERFIL COMO APRENDIZ DEL SENA.<br>INCORPORA A SU PROYECTO DE VIDA LAS OPORTUNIDADES OFRECIDAS POR EL SENA. | | | | | | | | |
| ANALISIS | DESARROLLAR UN PROCESO FORMAL DE DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES, PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES ORGANIZACIONALES, PRESENTANDO LOS RESULTADOS ALINEADOS CON LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA EMPRESA. | 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<br>RA4. RESPONDER LAS PQRS INTERPUESTAS POR EL CLIENTE, CON BASE EN REQUERIMIENTOS, LA NATURALEZA DE LA INFORMACIÓN Y EL CANAL ESTABLECIDO POR LA ORGANIZACIÓN<br>RA3. TRAMITAR PQRS APLICANDO TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y NEGOCIACIÓN PARA SU RESOLUCIÓN POR MEDIO TECNOLÓGICOS DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN<br>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.<br>CONCEPTO, REGLAS, IMAGEN CORPORATIVA, NORMAS DE CORTESÍA.<br>MANUAL DE PROCEDIMIENTO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.<br>TIPOS DE CLIENTE O USUARIO: DEFINICIÓN, CLASIFICACIÓN, TIPOLOGÍA, CARACTERÍSTICAS DE POBLACIÓN VULNERABLE.<br>REQUERIMIENTOS: CONCEPTO, TIPOS Y NORMATIVA DE TIEMPOS DE RESPUESTA.<br>SERVICIO: DEFINICIÓN, CICLO, TRIÁNGULO, MOMENTOS DE VERDAD, PROTOCOLO, PROCEDIMIENTO, NORMAS TÉCNICAS, PORTAFOLIO DE SERVICIOS, CANALES<br>NORMAS DE CONVIVENCIA EMPRESARIAL.<br>GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE: CONCEPTO, NORMAS TÉCNICAS DE CALIDAD ASOCIADAS AL SERVICIO.<br>BARRERAS DE COMUNICACIÓN: VERBALES, AMBIENTALES, INTERPERSONALES.<br>TIPOS DE COMUNICACIÓN: EN EL AMBIENTE EMPRESARIAL, SEGÚN EL CÓDIGO, EL ÁMBITO, EL GRADO DE PRINCIPIOS BÁSICOS DE COMUNICACIÓN PRESENCIAL<br>TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN PRESENCIAL<br>HABILIDADES SOCIALES<br>TÉCNICAS DE ASERTIVIDAD: DISCO RAYADO, BANCO DE NIEBLA, ASERTIVIDAD NEGATIVA, INTERROGACIÓN NEGATIVA, TÉCNICA PIEDRA GRIS.<br>COMUNICACIONES SOCIALES Y TELEMÁTICAS: LAS REDES SOCIALES<br>TIPOS DE CLIENTES: SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS PERSONALES, TÍMIDO O INDECISO, DIFÍCILES, AMISTOSO, ESCÉPTICOS, COLECTIVO<br>TRIANGULO DE SERVICIO<br>MOMENTO DE LA VERDAD.<br>COMUNICACIÓN: ELEMENTOS DE PROCESO EN LA COMUNICACIÓN, CÓDIGO, EMISOR, CONTEXTO, CANAL, MENSAJE, PROCESO, SOPORTE, RETROALIMENTACIÓN, INTERFERENCIA, RECEPTOR.<br>COMUNICACIÓN NO VERBAL EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE: EL LENGUAJE | IDENTIFICAR LA POLÍTICA Y PROTOCOLOS DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE.<br>DETERMINAR LAS NECESIDADES DEL CLIENTE DIRECCIONADAS CON LA COMUNICACIÓN Y EL SERVICIO TANTO VIRTUAL COMO PRESENCIAL.<br>CLASIFICAR LOS REQUERIMIENTOS Y TIEMPOS DE RESPUESTA.<br>UTILIZAR TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN ASERTIVA.<br>REGISTRAR LA SOLICITUD DE LOS USUARIOS EN LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y PROCEDIMIENTOS DEL SERVICIO.<br>ADAPTAR PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN LA ATENCIÓN CARA CARA, MEDIOS ELECTRÓNICOS Y VIRTUALES.<br>DIGITAR LA INFORMACIÓN EN BASES DE DATOS.<br>UTILIZAR CÓDIGOS ÉTICOS PARA LA CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN.<br>DOCUMENTAR LA INFORMACIÓN DE LA ATENCIÓN Y EL SERVICIO.<br>APLICAR LOS INDICADORES DE GESTIÓN EN LA ATENCIÓN Y EL SERVICIO<br>REALIZAR LA TRAZABILIDAD A LA PQRS CONFORME A PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA ORGANIZACIÓN<br>CANALIZAR HACIA LOS DEPARTAMENTOS U ORGANISMOS COMPETENTES LAS CONSULTAS, QUEJAS Y RECLAMACIONES,<br>APLICAR TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN LA ORIENTACIÓN E INFORMACIÓN AL CLIENTE EN LA GESTIÓN DE<br>QUEJAS Y RECLAMACIONES.<br>APLICAR TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN EN RECLAMACIONES, BUSCANDO SOLUCIONES DE CONSENSO ENTRE LAS PARTES.<br>DOCUMENTAR LA ATENCIÓN BRINDADA A LOS CLIENTES.<br>APLICAR INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN PARA MEDIR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y LA<br>EFICACIA DEL SERVICIO PRESTADO.<br>EJECUTAR LAS ACCIONES ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES (MANEJO DE BASE DE<br>DATOS)<br>REDACTAR RESPUESTA A PQRS A TRAVÉS DEL MEDIO Y/O CANAL ESTABLECIDO. | APROPIA LOS PROTOCOLOS DE SERVICIO, POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y MANUALES PROCEDIMIENTOS<br>DE ATENCIÓN AL USUARIO DE ACUERDO CON LA TIPOLOGÍA DE CLIENTES.<br>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.<br>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.<br>REALIZA LA TRAZABILIDAD DE LA ATENCIÓN Y EL SERVICIO, TENIENDO EN CUENTA CALIDAD, TIEMPOS DE RESPUESTA, PROTOCOLO Y POLÍTICA INSTITUCIONAL.<br>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. | 1. Simulación de Atención Diferenciada y Gestión de Crisis<br>2, Base de datos de todas las clases de clientes<br>3, Informe de indicadores de gestion | 32 | 16 | 1.Juego de roles<br>2. Aprendizaje basada en retos<br>3.Metodo de casos y analisis de datos | si | l, macadores, mem | Brenda Medina | |
| | | | RA4. EJECUTAR ACCIONES DE ACUERDO AL PLAN DE MEJORAMIENTO SEGÚN ESTRATEGIA DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL | ECONOMÍA DIGITAL: CONCEPTO, COMPONENTES, MODELOS DE NEGOCIOS, CARACTERÍSTICAS, E-BUSINESS, E-COMMERCE<br>ADMINISTRACIÓN: CONCEPTO, HISTORIA, FUNCIÓN, CARACTERÍSTICAS, ÉTICA Y | RECOLECTAR INFORMACIÓN BASE PARA EL DIAGNÓSTICO INTERNO Y EXTERNO DE LA ORGANIZACIÓN.<br>PREPARAR LA INFORMACIÓN RECOLECTADA PARA ELABORAR EL DIAGNÓSTICO. | PRESENTA DE MANERA ORDENADA LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN EL | Foro sobre Mejora Continua: Se realizará un debate moderado por el instructor | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| PLANEACION | | APOYA ACTIVIDADES DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA ACORDE A LINEAMIENTOS ORGANIZACIONALES | RA3. DOCUMENTAR LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS SEGÚN EL CRONOGRAMA DE TRABAJO Y PLAN DE ACCIÓN CONFORME A LA ESTRATEGIA DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL<br>RA2. APLICAR HERRAMIENTA DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA CON BASE EN INSUMOS ENTREGADOS POR LA ALTA DIRECCIÓN DE ACUERDO AL DIRECCIONAMIENTO Y POLÍTICAS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL<br>RA1. PREPARAR EL INFORME DE DIAGNÓSTICO SEGÚN METODOLOGÍA Y TÉCNICAS PARA SU ELABORACIÓN SEGÚN NECESIDADES, OBJETIVOS Y DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA ORGANIZACIÓN | ÉNFASIS DE LA ADMINISTRACIÓN EN LAS TAREAS, LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL, LAS PERSONAS, LA TECNOLOGÍA Y EL AMBIENTE.<br>EMPRESA: CONCEPTO, RAZÓN DE SER DE LA EMPRESA, ELEMENTOS BÁSICOS, CLASIFICACIÓN,<br>INTEGRACIÓN DE RECURSOS PARA TRABAJO, ÁREAS FUNCIONALES, RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL<br>PROCESO ADMINISTRATIVO: CONCEPTO, FUNCIONES BÁSICAS DE PLANIFICACIÓN, ETAPAS,<br>CARACTERÍSTICAS, ELEMENTOS.<br>DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL: CONCEPTO, TIPOS, CARACTERÍSTICAS, ELEMENTOS, TÉCNICAS,<br>VARIABLES.<br>BASES DEL PROCESO DE DIAGNÓSTICO: LA INDUSTRIA Y LAS ORGANIZACIONES EN LA ECONOMÍA DIGITAL Y<br>LAS REDES, PRINCIPIOS RECTORES, FUENTES DE INFORMACIÓN, EVALUACIÓN | PROYECTAR EL INFORME DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL.<br>DIAGRAMAR LOS PASOS LÓGICOS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA ACORDE A LA ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL<br>RECONOCER FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS DE LA ORGANIZACIÓN.<br>ELABORAR MATRICES NECESARIAS PARA EL ANÁLISIS Y CONSTRUCCIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO<br>INTERPOLAR FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS SEGÚN PRIORIZACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LOS MISMOS.<br>UTILIZAR HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS DE GESTIÓN PARA LA CREACIÓN DEL JUEGO DE MATRICES DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.<br>MONITOREAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES PROGRAMADAS EN EL CRONOGRAMA DE TRABAJO.<br>DILIGENCIAR REGISTRO DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS<br>COTEJAR LAS ACTIVIDADES PROGRAMADAS Y LOS RECURSOS | RESULTADOS OBTENIDOS EN EL DIAGNOSTICO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS QUE PERSIGUE LA ORGANIZACIÓN.<br>IDENTIFICA CON OBJETIVIDAD EL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA ORGANIZACIÓN ORIENTADOS A<br>LOS PROCESOS DE TOMA DE DECISIONES.<br>APLICA CON RESPONSABILIDAD LAS HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN ORIENTADO A LA ESTRATEGIA DE LA INTELIGENCIA EMPRESARIAL Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES.<br>DOCUMENTA LAS ACTIVIDADES EJECUTADAS Y LOS RECURSOS ASIGNADOS SEGÚN CRONOGRAMA Y PLAN DE ACCIÓN.<br>APLICA ACCIONES DE MEJORA TENIENDO EN CUENTA DIRECTRICES, PRINCIPIOS DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA ACORDES AL PROGRAMA DE MEJORAMIENTO. | moderado por el instructor en torno a la importancia de la mejora continua en las organizaciones<br>Rejilla de Conceptos: Responder de manera analítica a un cuestionario técnico que abarca 17 conceptos clave de la administración y la planeación estratégica<br>Asociación de Términos: Con las respuestas obtenidas del cuestionario anterior, se debe diseñar un cuadro sinóptico y un mapa mental | 48 | 48 | | Sala de Informatica | Equipos d Commputo, carteeleras, marcadores | Brenda Medina | |
| EJECUCION | | PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE DATOS DE ACUERDO CON TÉCNICAS Y METODOLOGÍAS | RA4. PREPARAR INFORMES DE DATOS RECOLECTADOS, DE ACUERDO A POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y NORMAS TÉCNICAS<br>RA1. PREPARAR INFORMACIÓN SEGÚN METODOLOGÍA, INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS ESTADÍSTICAS, DE ACUERDO A NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN<br>RA3. VERIFICA LA INFORMACIÓN REGISTRADA DE ACUERDO A LAS POLÍTICAS Y METODOLOGÍAS ESTABLECIDAS PARA LA INVESTIGACIÓN<br>RA2. ORGANIZAR LA INFORMACIÓN DE ACUERDO CON LA METODOLOGÍA UTILIZADA Y LAS HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS DISPONIBLES | APLICACIONES EN LOS NEGOCIOS Y EN LA ECONOMÍA<br>ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA.<br>DATOS: ELEMENTOS, VARIABLES Y OBSERVACIONES, ESCALAS DE MEDICIÓN, DATOS CUALITATIVOS Y<br>CUANTITATIVOS, DATOS DE SECCIÓN TRANSVERSAL Y DE SERIES DE TIEMPO, VARIABLES DISCRETAS Y<br>CONTINUAS, REDONDEO DE CANTIDADES NUMÉRICAS, NOTACIÓN CIENTÍFICA, CIFRAS.<br>FUENTES DE DATOS: FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS, FUENTES EXISTENTES, ESTUDIOS<br>ESTADÍSTICOS, ERRORES EN LA ADQUISICIÓN DE DATOS.<br>POBLACIÓN Y MUESTRA: ESTADÍSTICA INDUCTIVA (O INFERENCIAL) Y ESTADÍSTICA<br>TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN: LA ENCUESTA, LA OBSERVACIÓN, LA ENTREVISTA, LA EXPERIMENTACIÓN<br>HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS ESTADÍSTICAS.<br>ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA: DISTRIBUCIONES DE FRECUENCIA, INTERVALOS DE CLASE Y LÍMITES DE CLASE,<br>FRONTERAS DE CLASE, TAMAÑO O AMPLITUD DE UN INTERVALO DE CLASE, LA MARCA DE CLASE, REGLAS GENERALES PARA FORMAR UNA DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIA,<br>HISTOGRAMAS Y POLÍGONOS DE FRECUENCIA, DISTRIBUCIONES DE FRECUENCIA RELATIVA, DISTRIBUCIONES DE FRECUENCIA ACUMULADA Y<br>OJIVAS, DISTRIBUCIONES DE FRECUENCIA ACUMULADA RELATIVA Y OJIVAS PORCENTUALES, CURVAS DE<br>FRECUENCIA Y OJIVAS SUAVIZADAS, TIPOS DE CURVAS DE FRECUENCIA.<br>SOFTWARES ESTADÍSTICOS ESPECIALIZADOS Y HOJAS DE CÁLCULO.<br>MEDIA, MEDIANA Y MODA, Y OTRAS MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL: | APLICAR METODOLOGÍAS Y TÉCNICAS ESTADÍSTICAS<br>SELECCIONAR HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS ESTADÍSTICAS<br>ESTABLECER LAS FUENTES DE INFORMACIÓN<br>DETERMINAR LA MUESTRA ACORDE A PARÁMETROS TÉCNICOS<br>APLICAR INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN<br>TABULAR LA INFORMACIÓN RECOLECTADA EN LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.<br>REALIZAR TABLAS DE DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS.<br>ELABORAR GRÁFICOS ESTADÍSTICOS.<br>UTILIZAR HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS DISPONIBLES.<br>CALCULAR MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL<br>SELECCIONAR LAS MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL DE ACUERDO A LA NATURALEZA DE LOS DATOS<br>VERIFICAR LA INFORMACIÓN QUE SEA ACORDE CON LAS VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.<br>CALCULAR MEDIDAS DE DISPERSIÓN Y DESVIACIÓN ESTÁNDAR<br>PROYECTAR INFORMES DE RESULTADOS CON LOS ELEMENTOS DEL TRATAMIENTO DE LOS DATOS | ALISTA LA INFORMACIÓN RECOLECTADA DE ACUERDO A LAS NECESIDADES DE LA EMPRESA, PARÁMETROS<br>TÉCNICOS Y METODOLOGÍA ESTADÍSTICA.<br>APLICA METODOLOGÍAS DE ORGANIZACIÓN DE DATOS PARA SU PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS TENIENDO EN<br>CUENTA LAS NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN Y EL PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN.<br>DETERMINA MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL QUE PERMITAN LA VERIFICACIÓN DE LOS DATOS Y SIRVAN DE BASE PARA EL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RECOLECTADA.<br>ALISTA INFORME DE DATOS DE MANERA ORDENADA TENIENDO EN CUENTA LA RACIONALIDAD DE LAS<br>CIFRAS CONCEPTOS, VARIABLES, FUENTES DE INFORMACIÓN Y REFERENCIAS PREVISTAS | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 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.<br>RA3. VALIDAR LA DATA DE ACUERDO CON EL PROCESO ANÁLISIS DE DATOS.<br>RA2. REALIZAR EL AFINAMIENTO DE LOS DATOS DE ACUERDO CON LAS HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS SELECCIONADAS.<br>RA4. PREPARA INFORMES DE LA DATA, UTILIZANDO HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS. | TIPOS DE DATOS: ESTRUCTURADOS, NO ESTRUCTURADOS, SEMIESTRUCTURADOS.<br>INTELIGENCIA DE NEGOCIOS (BI)<br>BASES DE DATOS: TIPOS, SENTENCIAS SQL, PROCESOS DE EXTRACCIÓN, TRANSFORMACIÓN Y CARGUE DE DATOS (ETL).<br>MINERÍA DE DATOS: CONCEPTO, DATO, CARACTERÍSTICAS, PROCESO, MODELOS.<br>ANALÍTICA DE DATOS: INTRODUCCIÓN, CONCEPTOS, TÉCNICAS Y PROCESOS DE ANÁLISIS DE DATOS.<br>BIG DATA: CARACTERÍSTICAS, PROCESOS.<br>HERRAMIENTA INFORMÁTICA PARA ANALÍTICA DE DATOS: INSTALACIÓN Y CONFIGURACIÓN, CLASIFICACIÓN DE DATOS, CONVERSIÓN, TRANSFORMACIÓN, ORDENAMIENTO, IMPORTAR Y EXPORTAR DATOS.<br>LICENCIAS: SOFTWARE COMERCIAL Y SOFTWARE LIBRE. | SELECCIONAR FUENTES DE INFORMACIÓN ACORDE CON PARÁMETROS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS.<br>RECOPILAR INFORMACIÓN DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTOS TÉCNICOS Y TIPO DE FUENTE.<br>UTILIZAR HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA LA ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN.<br>IMPORTAR LOS DATOS DE ACUERDO CON LA INFORMACIÓN RECOPILADA Y LA HERRAMIENTA INFORMÁTICA A UTILIZAR.<br>ESTRUCTURAR LOS DATOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES ORGANIZACIONALES.<br>CONVERTIR LOS DATOS SEGÚN REQUERIMIENTOS DE TRATAMIENTO DE DATOS.<br>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.<br>EJECUTA EL PROCESO DE DEPURACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DE DATOS DE ACUERDO CON LAS HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS SELECCIONADAS.<br>EXAMINA EL RESULTADO DE LA TRANSFORMACIÓN Y LIMPIEZA DE DATOS CORRESPONDA CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE.<br>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.<br>RA1. ORGANIZAR LA INFORMACIÓN PARA LA ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL.<br>RA2. APLICAR HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS Y COLABORATIVAS PARA LA ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA A PARTIR DE LOS OBJETIVOS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL.<br>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.<br>AUDIENCIAS: TÉCNICAS DE IDENTIFICACIÓN Y DE BARRIDO.<br>CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE LÍNEA EDITORIAL, CULTURA DE MASAS E INTENCIÓN COMUNICATIVA.<br>INVESTIGACIÓN: TÉCNICAS Y MÉTODOS DE BÚSQUEDA, ANÁLISIS Y VALIDACIÓN DE DATOS. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE ESTÁNDARES INFORMATIVOS.<br>SOCIAL MEDIA: TÉCNICAS DE MASIFICACIÓN, TÉCNICAS Y MÉTODOS DE ADWORDS, DE MAAS MEDIA, DE ADSENSE, CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE RED DE DISPLAY.<br>COMERCIO ELECTRÓNICO: DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS, REGISTRO Y SUBASTAS, PAGOS ONLINE.<br>MARKETING DIGITAL: DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS, CANALES, RECURSOS TECNOLÓGICOS, MEDIOS DIGITALES. | RECOLECTAR INFORMACIÓN DE LOS REQUERIMIENTOS DE LA ESTRATEGIA DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL.<br>SELECCIONAR REQUERIMIENTOS DE POSICIONAMIENTO PARA EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y TIPOLOGÍA DEL CONTENIDO.<br>CLASIFICAR LOS DATOS CON TÉCNICAS DE GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN.<br>INSPECCIONAR QUE LA INFORMACIÓN COINCIDE CON REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO Y TÉCNICAS DE VERIFICACIÓN DE FUENTES.<br>PREPARAR LA NORMALIZACIÓN DE LOS DATOS PARA LA PROPUESTA DE SOCIAL MEDIA.<br>AJUSTAR LA INFORMACIÓN DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL CON LOS RESULTADOS DE MINERÍA DATOS, HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE LA DATA Y SOFTWARE ESPECIALIZADO.<br>EJECUTAR PRUEBAS DE OPTIMIZACIÓN CON ESTÁNDARES WEB Y TÉCNICAS DE MEDICIÓN DE CONSUMO DE INFORMACIÓN.<br>PARTICIPAR EN LA MODIFICACIÓN DE | CONSOLIDA LA INFORMACIÓN PARA LA ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL ENTORNO EMPRESARIAL.<br>UTILIZA HERRAMIENTAS DIGITALES PARA LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA SOCIAL MEDIA DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PROPUESTOS.<br>UTILIZA HERRAMIENTA PARA MEDIR EL COMPORTAMIENTO DE LA ESTRATEGIA SOCIAL MEDIA A PARTIR DE LOS OBJETIVOS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL.<br>ALISTA EL INFORME DE RESULTADOS DE LA ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA UTILIZANDO HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS. | | | | | | | | |