		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** **BRENDA W. MEDINA CASTRO**	**Regional y Centro de formación** **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**

Copia no controlada

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 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.	JUEGO DE ROLES, EXPOSICIONES Y ESTUDIO DE CASOS	24	24		SALA DE INFOR	EQUIPOS DE COMPU	BRENDA MEDINA	

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 RA2. UTILIZAR TÉCNICAS DE SERVICIO PRESENCIAL Y VIRTUAL DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y ESTRATEGIAS DE SOCIAL MEDIA RA3. TRAMITAR PQRS APLICANDO TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y NEGOCIACIÓN PARA SU RESOLUCIÓN POR MEDIO TECNOLÓGICOS DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS 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	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 ATENCIÓN AL CLIENTE: EL LENGUAJE CORPORAL, O LOS MENSAJES NO VERBALES, LA IMAGEN PERSONAL EN LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN, LA MIRADA, LA EXPRESIÓN FACIAL, LA VOZ, LA POSTURA, LA VESTIMENTA TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN PRESENCIAL CON EL CLIENTE. RESPUESTA A USUARIOS: DEFINICIÓN, TÉCNICAS, TIEMPO, TIPOS, RECEPCIÓN, SEGUIMIENTO, GESTIÓN, DESPEDIDA. PQRSF CRM PRINCIPIO FISHER SISTEMA DE INFORMACIÓN: REGISTRO, BASES DE DATOS, DOCUMENTOS, FORMATOS, GOOGLE SUITE, TÉCNICAS DE DIGITACIÓN, MECANET CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN: NORMATIVIDAD, ETAPAS DEL SERVICIO, CRITERIOS ÉTICOS, MANEJO DE DATOS PERSONALES CONCEPTO DE CONTINGENCIAS ATENCIÓN PERSONAL, TELEFÓNICA Y MEDIOS TECNOLÓGICOS, REDES SOCIALES	IDENTIFICAR LA POLÍTICA 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.	1. Simulación de Atención Diferenciada y Gestión de Crisis 2, Base de datos de todas las clases de clientes 3, Informe de indicadores de gestion	32	16	1.Juego de roles 2. Aprendizaje basada en retos 3.Metodo de casos y analisis de datos	si	el, macadores, meme	Brenda Medina	
			RA1. PREPARAR EL INFORME DE DIAGNÓSTICO SEGÚN METODOLOGÍA Y TÉCNICAS PARA SU ELABORACIÓN SEGÚN NECESIDADES, OBJETIVOS Y DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA ORGANIZACIÓN RA2. APLICAR HERRAMIENTA DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA CON BASE EN INSUMOS ENTREGADOS POR LA ALTA DIRECCIÓN DE ACUERDO AL DIRECCIONAMIENTO Y POLÍTICAS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL	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.			Foro sobre Mejora Continua: Se realizará un debate moderado por el instructor en torno a la importancia de la mejora continua en las organizaciones						

PLANEACION	ELABORAR PLANES ESTRATÉGICOS CON BASE EN EL DIRECCIONAMIENTO EMPRESARIAL, QUE INCLUYA ANÁLISIS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA LA PREPARACIÓN DE LA OFERTA COMERCIAL.	APOYA ACTIVIDADES DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA ACORDE A LINEAMIENTOS ORGANIZACIONALES NOMBRE DE LA NORMA: COORDINAR ACTIVIDADES DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE GESTIÓN Y PROCESO ADMINISTRATIVO	RA3. DOCUMENTAR LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS SEGÚN EL CRONOGRAMA DE TRABAJO Y PLAN DE ACCIÓN CONFORME A LA ESTRATEGIA DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL RA4. EJECUTAR ACCIONES DE ACUERDO AL PLAN DE MEJORAMIENTO SEGÚN ESTRATEGIA DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL	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: CONCEPTOS, ELEMENTOS, COMPONENTES Y PROPÓSITOS. OBJETIVOS CORPORATIVOS: CONCEPTO, OBJETIVOS GLOBALES, ORGANIZACIONALES Y ESTRATÉGICOS, FORMULACIÓN DE OBJETIVOS. ANÁLISIS DEL ENTORNO: ANÁLISIS EXTERNO Y EXAMEN DEL MEDIO, PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EN EL MEDIO (POAM), FUERZAS ECONÓMICAS, SOCIALES, CULTURALES, DEMOGRÁFICAS, AMBIENTALES, POLÍTICAS, GUBERNAMENTALES, LEGALES, TECNOLÓGICAS Y COMPETITIVAS, MATRIZ DE	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 LA INTELIGENCIA 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.	Rejilla de Conceptos: Responder de manera analítica a un cuestionario técnico que abarca 17 conceptos clave de la administración y la planeación estratégica Asociación de Términos: Con las respuestas obtenidas del cuestionario anterior, se debe diseñar un cuadro sinóptico y un mapa mental	64	48	Foro Rejilla de conceptos Asociacion de Términos	Sala de Informatica	Equipos d Commputo, carteeleras, marcadores	Brenda Medina	
	ELABORAR PLANES ESTRATÉGICOS CON BASE EN EL DIRECCIONAMIENTO EMPRESARIAL, QUE INCLUYA ANÁLISIS	PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE DATOS DE ACUERDO	RA1. PREPARAR INFORMACIÓN SEGÚN METODOLOGÍA, INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS ESTADÍSTICAS, DE ACUERDO A NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN RA2. ORGANIZAR LA INFORMACIÓN DE ACUERDO CON LA METODOLOGÍA UTILIZADA Y LAS HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS DISPONIBLES	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	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.	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	Dinámica "La Historia del Agricultor" para reconocer la importancia de la investigación y la comunicación efectiva. Elaboración de un organizador gráfico sobre la importancia de la investigación. Lectura crítica del capítulo sobre investigación de mercados y construcción de un mapa conceptual sobre el proceso investigativo. Análisis del caso de la panadería y formulación de preguntas de investigación,	36	12	Aprendizaje experiencial, lluvia de ideas, aprendizaje colaborativo, discusión guiada, organizadores gráficos. Lectura dirigida, aprendizaje basado en problemas (ABP), construcción colaborativa del conocimiento, mapas conceptuales.	Sala de	Computadores, papapel,	BRENDA MEDINA	

EJECUCION	DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA LA PREPARACIÓN DE LA OFERTA COMERCIAL.	CON TÉCNICAS Y METODOLOGÍAS	RA3. VERIFICA LA INFORMACIÓN REGISTRADA DE ACUERDO A LAS POLÍTICAS Y METODOLOGÍAS ESTABLECIDAS PARA LA INVESTIGACIÓN	CURVAS 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.	UTILIZAR HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS 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	CENTRAL QUE PERMITAN LA VERIFICACIÓN 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	selección de métodos de recolección de datos y análisis estadístico básico. Desarrollo de ejercicios de estadística descriptiva (media, mediana y moda) utilizando una base de datos suministrada por el instructor. Elaboración del Informe Ejecutivo Estadístico con tablas, gráficos, interpretación de resultados y conclusiones.			Estudio de caso, aprendizaje colaborativo, resolución de problemas, aprendizaje basado en proyectos. taller práctico, aprendizaje por descubrimiento, uso de herramientas TIC (Excel o Calc), resolución de ejercicios.	Informatica	marcadores, lapiceros		
	ELABORAR PLANES ESTRATÉGICOS CON BASE EN EL DIRECCIONAMIENTO EMPRESARIAL, QUE INCLUYA ANÁLISIS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA LA	SISTEMATIZACIÓN DE DATOS MASIVOS DE ACUERDO A TÉCNICAS DE ANALÍTICA DE DATOS Y HERRAMIENTAS	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.	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. FUENTES DE DATOS: PÚBLICOS, PRIVADOS Y MIXTOS. TIPOS DE DATOS: ESTRUCTURADOS, NO ESTRUCTURADOS, SEMIESTRUCTURADOS.	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	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							

	PREPARACIÓN DE LA OFERTA COMERCIAL.	TECNOLÓGICAS	RA4. PREPARA INFORMES DE LA DATA, UTILIZANDO HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS.	IMPORTAR DATOS: LECTURA DE DATOS DESDE ARCHIVOS EXTERNOS Y BASES DE DATOS. TRANSFORMAR DATOS: CONVERSIÓN DE DATOS, CLASIFICACIÓN DE DATOS, ORDENAMIENTO, ELIMINACIÓN DE DATOS, CREAR NUEVOS DATOS A PARTIR DE OTROS DATOS, MANEJO DE DIFERENTES FUNCIONES PARA LATRANSFORMACIÓN. ANÁLISIS EXPLORATORIO DE DATOS: TIPO DE VARIABLES, DISTRIBUCIÓN DE VARIABLES, MEDIDAS NUMÉRICAS, CORRELACIÓN Y TRANSFORMACIÓN. MÉTODOS DE ANÁLISIS EXPLORATORIO DE DATOS: DEFINICIÓN, MÉTODOS. VISUALIZACIÓN DE DATOS: INTRODUCCIÓN, EJEMPLOS DE VISUALIZACIÓN, UTILIDAD, LIBRERÍAS PARA VISUALIZACIÓN, TIPOS DE GRÁFICOS. HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA VISUALIZACIÓN DE DATOS: MANEJO DE GRÁFICOS, HERRAMIENTAS ESTADÍSTICAS Y DE VISUALIZACIÓN DE INFORMACIÓN (POWER BI, MICROSOFT EXCEL) INFORMES: INFORME ESTADÍSTICO, TÉCNICAS, NORMAS APA.	DATOS. EXPORTAR LOS DATOS DEPURADOS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL. APLICAR PROCEDIMIENTOS PARA LA MEDICIÓN DE LA DATA DE ACUERDO CON MÉTODOS ESTADÍSTICOS Y HERRAMIENTAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS MASIVOS. INSPECCIONAR LA DATA DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL. PROYECTAR EL INFORME DEL PROCESO DE ANÁLISIS DE LA DATA.	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.	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. SOFTWARE ESPECIALIZADO: HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS Y COLABORATIVAS PARA SOCIAL MEDIA. CONTENIDO: MÉTODOS DE EVALUACIÓN	RECOLECTAR INFORMACION 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 METADATOS BASADOS EN EL MANUAL DE USO DE SOFTWARE Y CARACTERÍSTICAS DE LA PLATAFORMA. OPERAR HERRAMIENTAS 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.								
			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											