CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN					
Pública		Pública Clasificada		Pública Reservada	

INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Agosto de 2026

Señor(a)
CRISTHIAM RIVAS DEL TORO
Supervisor(a) contrato nro. CO1.PCCNTR.9176141 de 2026
Coordinador Académico
Regional choco
Quibdó

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual – agosto de 2026

Referencia: CO1.PCCNTR. 9176141 de 2026

YENIFER BEJARANO RAMIREZ, identificado con la cédula de ciudadanía nro. 1.045.140.547, en mi calidad de contratista del SENA, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación, presento el Informe de actividades realizadas en el mes objeto de cobro.

Valor y forma de Pago: fija como valor total para el contrato la suma de TREINTA Y SIETE MILLONES NOVECIENTOS SIETE MIL CUATROCIENTOS OCHENTA Y NUEVE PESOS ($37.907.489) MCTE. Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a) Un (1) primer Pago Correspondiente a 27 días del mes de febrero de 2026, por valor de CUATRO MILLONES NOVECIENTOS CUARENTA Y CUATRO MIL CUATROCIENTOS CINCUENTA Y CINCO PESOS M/CTE ($4.944.455), b) Seis (6) pagos iguales correspondientes a los meses de marzo a agosto por valor de CINCO MILLONES CUATROCIENTOS NOVENTA Y TRES MIL OCHOCIENTOS TREINTA Y NUEVE PESOS M/CTE. ($5.493.839) MCTE cada uno.

Plazo: Será hasta el 31 de AGOSTO de 2026

Objeto: Prestar servicios personales de carácter temporal de instructores, para orientar, desarrollar y Evaluar los procesos de Formación Profesional Integral (FPI) de los aprendices en los programas De oferta regular complementaria y/o titulada presencial en el Centro Agroambiental del Choco 2026**.**

Ejecución mensual de actividades

Nro.	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Programar las actividades de enseñanza aprendizaje-evaluación de conformidad con las competencias y/o resultados de aprendizaje según el calendario institucional y el manual de procedimientos para la ejecución de acciones de Formación profesional.	En el mes de agosto se realizó la formación de los siguientes programas: TECNOLOGO DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO Y COMPLEMENTARIA DE MERCADEO Y VENTAS. con las fichas número 3491788 y 3557180 en el corregimiento de unión Panamericana y la ciudad de Quibdó donde se desarrollan todas las competencias, realizando las siguientes actividades: 1. Se realiza inducción del SENA visión, misión propósito, las diferentes plataformas y como se den usar. 2. Identificar conocimientos previos de los aprendices de acuerdo a las diferentes formaciones en una Mesa redonda. 3. Se realiza inducción específica de los temas a tratar en el transcurso del curso, los horarios, entrega guía de aprendizaje, proyecto formativo, planeación estratégica. 4. A través de material didáctico como cartulinas y afiches	Evidencia fotográfica en espacios formativos, números de fichas y guías de aprendizaje.

		de Colores se realizan actividades con el fin de dinamizar la jornada formativa donde los aprendices escriben la misión, visión y como se están preparando para el Futuro. 5. Investigar palabras claves relacionadas con la formación Que ayudan a ampliar los conocimientos de los aprendices. 6. Exponer conceptos teóricos de acuerdo a los temas Aprendidos en clase. 7. Realizaciones de talleres en grupos con el fin de fortalecer el trabajo En equipo. 8. Observaciones de videos ilustrativos de acuerdo a los temas relacionados en la Formación. 9. Exposición por parte de los aprendices en grupos de cinco personas donde dan a conocer resultados de estudio de mercado. 10. Taller en grupos de tres donde atreves de una lluvia de ideas y teniendo en cuenta las necesidades de su entorno crean una empresa con estrategias de venta y sectorizando el Público objetivo.	
2	Orientar, asesorar y acompañar de forma	Se transmite la Formación a los	Lista de asistencia Fotos, Planes de sesión.

	permanente a los aprendices en el desarrollo de las actividades establecidas en la guía de aprendizaje de acuerdo lo establecido en las guías, los procedimientos y el Sistema Integrado de gestión y autoevaluación “SIGA” del SENA.	aprendices de una manera clara y concisa de acuerdo a las guías de aprendizaje elaboradas según la norma con el fin de impartir todas las competencias.	
3	Orientar a los aprendices en el proceso de la ruta de certificación.	Se entrega información amplia de los requisitos para Poder certificarse, de los tiempos y las etapas para culminar la formación y de cómo pueden acceder a la plataforma y descargar Los mismos.	Link de video ilustrativo.
4	Para los Instructores que imparten formación titulada presentar el Portafolio del Instructor, adjuntando los formatos actualizados del sistema Integrado de gestión dispuestos en la plataforma COMPROMISO, presentado como mínimo los siguientes soportes: a. Plan de trabajo concertado con el aprendiz para el Desarrollo de la ruta de aprendizaje. b. Guía de Aprendizaje. c. Actas con los Planes de mejoramiento académicos para aprendices que lo requieran. d. Planeación, seguimiento Evaluación de etapa productiva (si aplica). f. Formato de asistencia y Registro de inasistencias en aplicativo SOFIA PLUS. Realizar el reconocimiento de aprendizajes Previos y estilos de aprendizaje.	En este caso aplica para el tecnólogo DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO.	Se adjunta en el presente informe evidencia requerida en esta obligación.
5	Apoyar las charlas informativas con especificaciones de los programas, así como el proceso de inducción de aprendices.	Se mantiene informado a los aprendices para que su proceso formativo se desarrolle de la mejor manera poniéndolos en contexto de toda información requerida.	Evidencias fotográficas y listado de asistencia.
6	Emitir juicio valorativo sobre el nivel de cumplimiento de los resultados de aprendizaje de las competencias del programa, aplicando los procedimientos y herramientas tecnológicas que la entidad defina, en un plazo máximo de tres (3) días después de haber terminado el resultado de aprendizaje correspondiente.	Se realiza en Sofía plus los juicios valorativos de las competencias desarrolladas en cada área de la formación dentro de los plazos Correspondientes.	Reporte de juicios evaluativos Sofía plus.

7	Atender oportunamente los requerimientos del supervisor del contrato y presentar mensualmente los informes de ejecución del contrato.	Se atiende oportunamente los Requerimientos del supervisor y se envía la información solicitada dentro de los tiempos establecidos.	Informe mensual de trámite de pago.
8	Apoyar técnicamente en las evaluaciones de los procesos de adquisición de bienes y servicios, por el conocimiento profesional contratado previa designación del director Regional.	En este caso no hubo adquisición de bienes y servicios para el desarrollo de las actividades en la Formación.	En este caso no se asignó bienes a mi nombre para el mes objeto de pago
9	Reportar 160 horas mes, de labores en la formación Titulada y/o complementaria	Se imprime gestión de tiempo en la plataforma Sofía plus donde se evidencia las horas laboradas durante el Mes objeto de pago	Evidencia en plataforma virtual Sofía plus gestión de tiempo.
10	Asistir de manera presencial y/o virtual a reuniones de información.	Se asiste puntualmente a reuniones pactadas ya sean virtual o presencial.	En este mes se ejecuta reunión convocada por el coordinador.

A continuación, relaciono los desplazamientos que realicé previo a la presentación de este informe. Una vez finalizado cada desplazamiento presenté al ordenador del gasto el informe en el Formato para legalización del desplazamiento, en el que se describieron las actividades desarrolladas y los resultados. Cada informe de legalización cuenta con el visto bueno del supervisor.

Se lista a continuación el soporte de la legalización de los desplazamientos realizados, los cuales forman parte integral del presente informe de ejecución contractual.

ÍTEM	NRO. DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHA DE DESPLAZAMIENTO INICIAL	FECHA DE DESPLAZAMIENTO FINAL
1				
2				

Para efectos del presente informe, se adjuntan las certificaciones de antecedentes correspondientes, con las fechas que se relacionan a continuación:

- **Certificación de antecedentes fiscales:** 23 de agosto de 2026
- **Certificación de antecedentes penales:** 24 de agosto de 2026
- **Certificación de antecedentes disciplinarios:** 23 de agosto de 2026
- **Certificación de registro nacional de medidas correctivas:** 23 de agosto de 2026

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: (i) Documentos electrónicos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales, (ii) los desplazamientos realizados y (iii) el pago de la planilla de seguridad social y parafiscal nro. 93501199 y el operador MI PLANILLA referente al mes de JULIO

Cordialmente,

Yenifer Bejarano

YENIFER BEJARANO RAMIREZ
Contratista
CC: 1.045.140.547

CRISTHIAM RIVAS DEL TORO
Supervisor del contrato CO1.PCCNTR.9176141 de 2026

VERIFICACIÓN DE ANTECEDENTES CONTRATISTA

El Coordinador Académico del SENA Regional Chocó, certifica que, una vez verificados los antecedentes disciplinarios del consejo o colegio que regule la profesión, los antecedentes disciplinarios (procuraduría), antecedentes fiscales (contraloría), antecedentes judiciales (policía) y Medidas Correctivas (SRNMC), el (la) señor(a) **YENIFER BEJARANO RAMIREZ** identificado (a) con cédula: **1045140547** no registra sanciones, inhabilidades y tampoco tiene asuntos pendientes con las autoridades policivas, fiscales o judiciales.

Dada en Quibdó, a los 24 días del mes de agosto de 2026.



CHRISTIAM RIVAS DEL TORO
Coordinador Académico

Proyectó: Christiam Rivas del Toro
Coordinador Académico

PROCURADURÍA GENERAL DE LA NACIÓN
COLOMBIA

CERTIFICADO DE ANTECEDENTES

CERTIFICADO ORDINARIO
No. 301656874

PIB
18:06:46

Bogotá DC, 23 de agosto del 2026

La PROCURADURIA GENERAL DE LA NACIÓN certifica que una vez consultado el Sistema de Información de Registro de Sanciones e Inhabilidades (SIRI), el(la) señor(a) YENIFER BEJARANO RAMIREZ identificado(a) con Cédula de ciudadanía número 1045140547:

NO REGISTRA SANCIONES NI INHABILIDADES VIGENTES

ADVERTENCIA: La certificación de antecedentes contiene las anotaciones de las sanciones o inhabilidades que se encuentren vigentes. Cuando se trate de nombramiento o posesión en cargos que exijan para su desempeño ausencia de antecedentes, se certificarán todas las anotaciones que figuren en el registro. Anterior, de acuerdo a los incisos 3o. y 4o. del artículo 238 Ley 1952 de 2019.

NOTA: El certificado de antecedentes disciplinarios es un documento que contiene las anotaciones e inhabilidades generadas por sanciones penales, disciplinarias, inhabilidades que se deriven de las relaciones contractuales con el estado, de los fallos con responsabilidad fiscal, de las decisiones de pérdida de investidura y de las condenas proferidas contra servidores, ex servidores públicos y particulares que desempeñen funciones públicas en ejercicio de la acción de repetición o llamamiento en garantía. **Este documento tiene efectos para acceder al sector público, en los términos que establezca la Constitución Politica y la ley particular o demás disposiciones vigentes.** El Sistema SIRI reporta como antecedentes solamente las sanciones con debida ejecutoria recibidas de las autoridades nacionales colombianas. En caso de nombramiento o suscripción de contratos con el Estado, es responsabilidad de la Entidad, validar la información de antecedentes del aspirante en la página web: https://www.procuraduria.gov.co/Pages/certificado-antecedentes.aspx



Mario Enrique Castro González
Jefe División de Relacionamiento Con El Ciudadano (C)

ATENCIÓN :
ESTE CERTIFICADO CONSTA DE 01 HOJA(S), SOLO ES VALIDO EN SU TOTALIDAD. VERIFIQUE QUE EL NUMERO DEL CERTIFICADO SEA EL MISMO EN TODAS LAS HOJAS.

CONTRALORÍA
GENERAL DE LA REPÚBLICA

LA CONTRALORÍA DELEGADA PARA RESPONSABILIDAD FISCAL , INTERVENCIÓN JUDICIAL Y COBRO COACTIVO

CERTIFICA:

Que una vez consultado el Sistema de Información del Boletín de Responsables Fiscales 'SIBOR', hoy domingo 23 de agosto de 2026, a las 18:07:22, el número de identificación, relacionado a continuación, NO SE ENCUENTRA REPORTADO COMO RESPONSABLE FISCAL.

Tipo Documento	Cédula de Ciudadanía
No. Identificación	1045140547
Código de Verificación	1045140547260823180721

Esta Certificación es válida en todo el Territorio Nacional, siempre y cuando el tipo y número consignados en el respectivo documento de identificación, coincidan con los aquí registrados.

De conformidad con el Decreto 2150 de 1995 y la Resolución 220 del 5 de octubre de 2004, la firma mecánica aquí plasmada tiene plena validez para todos los efectos legales.

HERNÁN GUILLERMO JOJOA SANTACRUZ
Contralor Delegado

Generó: WEB

Policía Nacional de Colombia

(https://www.policia.gov.co/)

Portal de Servicios al Ciudadano PSC

Sistema Registro Nacional de Medidas Correctivas RNMC

Consulta Ciudadano

La Policía Nacional de Colombia informa:

Que a la fecha, 23/08/2026 06:11:56 p. m. el ciudadano con Cédula de Ciudadanía Nº. **1045140547** y Nombre: **YENIFER BEJARANO RAMIREZ.**

NO TIENE MEDIDAS CORRECTIVAS PENDIENTES POR CUMPLIR.

De conformidad con la Ley 1801 de 2016 "Por la cual se expide el Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana". Registro interno de validación No. **146214556** . La persona interesada podrá verificar la autenticidad del presente documento a través de la página web institucional digitando https://www.policia.gov.co, menú ciudadanos/ consulta medidas correctivas, con el documento de identidad y la fecha de expedición del mismo. Esta consulta es válida siempre y cuando el número de cédula corresponda con el documento de identidad suministrado.

Nueva Busqueda | Imprimir


Policía Nacional de Colombia
Dirección General - Carrera 59 # 26 - 21
Centro Administrativo Nacional CAN , Bogotá D.C
Línea de atención: 018000-910112
GOV.CO

POLICÍA NACIONAL
DE COLOMBIA

Consulta en línea de Antecedentes Penales y Requerimientos Judiciales

La Policía Nacional de Colombia informa:
Que siendo las 07:25:03 PM horas del 24/08/2026, el ciudadano identificado con:
Cédula de Ciudadanía Nº **1045140547**
Apellidos y Nombres: **BEJARANO RAMIREZ YENIFER**

NO TIENE ASUNTOS PENDIENTES CON LAS AUTORIDADES JUDICIALES
de conformidad con lo establecido en el artículo 248 de la Constitución Política de Colombia.

En cumplimiento de la Sentencia SU-458 del 21 de junio de 2012, proferida por la Honorable Corte Constitucional, la leyenda "NO TIENE ASUNTOS PENDIENTES CON LAS AUTORIDADES JUDICIALES" aplica para todas aquellas personas que no registran antecedentes y para quienes la autoridad judicial competente haya decretado la extinción de la condena o la prescripción de la pena.

Esta consulta es válida siempre y cuando el número de identificación y nombres, correspondan con el documento de identidad registrado y solo aplica para el territorio colombiano de acuerdo a lo establecido en el ordenamiento constitucional.

Si tiene alguna duda con el resultado, consulte las **preguntas frecuentes** o acérquese a las instalaciones de la **Policía Nacional** más cercanas.

Dirección: Avenida El Dorado # 75 – 25 barrio Modelia, Bogotá D.C.
Atención administrativa: Lunes a Viernes 8:00 am a 12:00 pm y 2:00 pm a 5:00 pm
Línea de atención al ciudadano: 5159700 ext. 30552 (Bogotá)
Resto del país: 018000 910 112
E-mail: dijin.araic-atc@policia.gov.co

Presidencia de la República

Ministerio de Defensa Nacional

Portal Único de Contratación

GOV.CO

Todos los derechos reservados.

EVIDENCIAS FOTOGRAFICAS

ESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Estructurar el brief de comunicación



dinámica de marketing interno



Ejemplos de Campaña publicitaria





Que es un brief y cual es su estructura principal.



Trabajo en equipo elaborar un brief de comunicación.



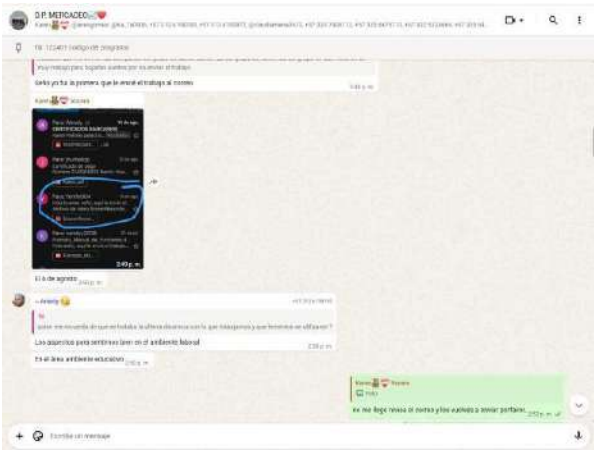
Que es ENDOMARKETING



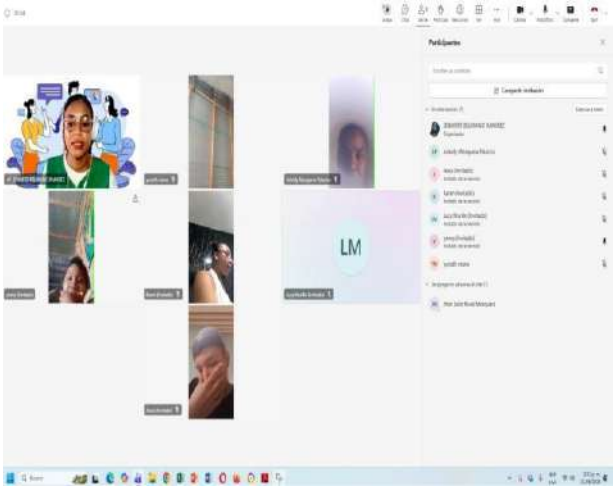


Recibiendo información importante de la universidad aliada. Conectados via whatssapp

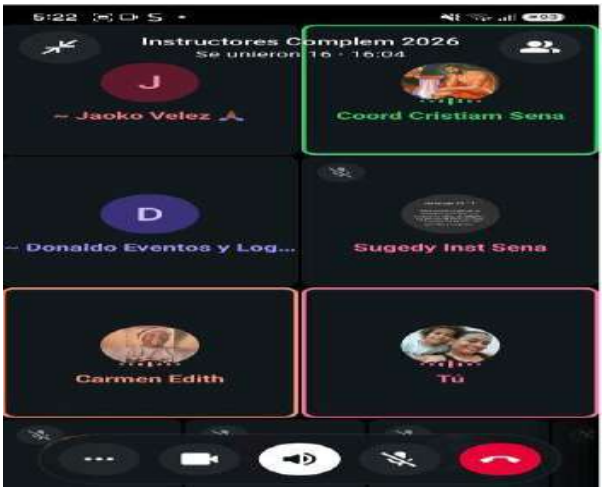




Conectados via teams



reunión citada por el coodinador



EVIDENCIA FOTOGRAFICA

COMPLEMENTARIA MERCADEO Y VENTA FICHA 3584898

Induccion y definición del curso que es mercado, mercadeo, venta, estrategias de mercado





Como descargar los certificado y el uso efectivo de las plataformas





Trabajo en equipo



LISTA DE ASISTENCIA

REGISTRO DE ASISTENCIA / DÍA 05 DEL MES DE Agosto DEL AÑO 2025

OBJETIVO (S): Que es un Brief de Comunicación

No	NOMBRES Y APELLIDOS	No. DOCUMENTO	PLANTA	CONTRATISTA	OTRO ¿CUAL?	DEPENDENCIA/ EMPRESA	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO/EXT.	AUTORIZACIÓN GRABACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
	Ely Johana cabrera P.	1077447533					Johana Cabrerapalacios @gmail.com	3206488791	Si	Ely Johana
	Eyder Jesús Conde Flaco	1075022737					ninjaconde2006@gmail.com	3226590037	Si	Jeyy
	Arleidy Mosquera Palacios	1077449307					Arleidymosque@gmail.com	3136198190	Si	Arleidy M P
	Lucy Yardany Murillo Chaverra	1078460019					lucyyardany@gmail.com	3225449123	Si	Lucy Yardany
	Yineth Patricia mena Quesada	1078005107					Menayineth74@gmail.com	3023131335	Si	Yineth
	Evelin Daniela Palacios	1078001539					edanielapalacios29@gmail.com	3225124664	Si	Evelin
	Danna Melida Imba Palacios	1077433110					Imbapalaciosdanamelida@gmail.com	3207908172	Si	Danna
	Angelo Esneider Gomez M.	1036932705					Angelogomezmosquera442@gmail.com	3219629137	Si	
	Yariza lopez ortega	1077430419					yarizapalaciosortega@gmail.com	3136126556	Si	Yariza
	Carlos Daniel Mena Nagles	1077479351					Menanaglesdaniel@gmail.com	3206475713	Si	Carlos M
	Karen R. palacios	1078457294					karenpalaciosarroyo03@gmail.com	3145918203	Si	Karen

De acuerdo con La Ley 1581 de 2012, Protección de Datos Personales, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, se compromete a garantizar la seguridad y protección de los datos personales que se encuentran almacenados en este documento, y les dará el tratamiento correspondiente en cumplimiento de lo establecido legalmente.

GOR-F-085 V02

REGISTRO DE ASISTENCIA / DÍA 04 DEL MES DE Agosto DEL AÑO 2025

OBJETIVO (S): Estructura Brief de comunicación

No	NOMBRES Y APELLIDOS	No. DOCUMENTO	PLANTA	CONTRATISTA	OTRO ¿CUAL?	DEPENDENCIA/ EMPRESA	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO/EXT.	AUTORIZACIÓN GRABACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
	ANGELO ESNEIDER GOMEZ MOSQUERA	1036932705	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	Angelogomezmosquera442@gmail.com	3219629137		
	EYDER JESUS CONDE FLACO	1075021737	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	Ninjaconde2006@gmail.com	3226590037	Si	Jeyy
	YARIZA LOPEZ ORTEGA	1077430419	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	yarizapalaciosortega@gmail.com	3136126556	Si	Yariza
	DANNA MELIDA IMBA PALACIOS	1077433110	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	Imbapalaciosdanamelida@gmail.com	3207908172	Si	Danna
	ELY JOHANA CABRERA PALACIOS	1077447533	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	johanacabrerapalacios@gmail.com	3206488791	Si	Ely Johana
	ARLEIDI VALOYES CORDOBA	1077449307	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	arleidymosque@gmail.com	3136198190		
	YINETH PATRICIA MENA QUESADA	1078005107	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	Menayineth74@gmail.com	3023131335	Si	Yineth
	CARLOS DANIEL MENA NAGLES	1077479351	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	menanaglesdaniel@gmail.com	3206475713	Si	Carlos M
	KAREN RUBIELA PALACIOS ARROYO	1078457294	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	Karenpalaciosarroyo03@gmail.com	3145918203	Si	Karen
	YENNY MARIA COPETE CORDOBA	1128526226	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	mariayennycordobacopete@gmail.com	3148105347		Yenny M Copete
	EVELIN DANIELA PALACIOS OREJUELA	1078001539	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	Edanielapalacios29@gmail.com	3225124664		
	LUCY YARDANY MURILLO CHAVERRA	1078460019	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	lucyyardany@gmail.com	3225214923	Si	Lucy Yardany

GOR-F-085 V02

REGISTRO DE ASISTENCIA / DÍA 06 DEL MES DE Agosto DEL AÑO 2026

OBJETIVO (S): EXPOSICIÓN DEL Brief Y introducción endomarketing

No	NOMBRES Y APELLIDOS	No. DOCUMENTO	PLANTA	CONTRATISTA	OTRO ¿CUAL?	DEPENDENCIA/ EMPRESA	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO/EXT.	AUTORIZA GRABACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
	ANGELO ESNEIDER GOMEZ MOSQUERA	1036932705	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	Angelogomezmosquera442@gmail.com	3219629137	Si	
	EYDER JESUS CONDE FLACO	1075021737	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	Ninjaconde2006@gmail.com	3226590037		
	YARIZA LOPEZ ORTEGA	1077430419	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	yarizapalaciosortega@gmail.com	3136126556		
	DANNA MELIDA IMBA PALACIOS	1077433110	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	imbapalaciosdanamelida@gmail.com	3207908172		
	ELY JOHANA CABRERA PALACIOS	1077447533	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	johanacabrerapalacios@gmail.com	3206488791	Si	
	ARLEIDI VALOYES CORDOBA	1077449307	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	arleidymosque@gmail.com	3136198190	Si	
	YINETH PATRICIA MENA QUESADA	1078005107	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	Menayineth74@gmail.com	3023131335	Si	
	CARLOS DANIEL MENA NAGLES	1077479351	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	menanaglesdaniel@gmail.com	3206475713	Si	
	KAREN RUBIELA PALACIOS ARROYO	1078457294	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	Karenpalaciosarroyo03@gmail.com	3145918203	Si	
	YENNY MARIA COPETE CORDOBA	1128526226	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	mariayennycordobacopete@gmail.com	3148105347		
	EVELIN DANIELA PALACIOS OREJUELA	1078001539	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	Edanielapalacios29@gmail.com	3225124664	Si	Evelin
	LUCY YARDANY MURILLO CHAVERRA	1078460019	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	lucyyardany@gmail.com	3225214923	Si	Lucy Yardany

GOR-F-085 V02

REGISTRO DE ASISTENCIA / DÍA 29 DEL MES DE Julio DEL AÑO 2026

OBJETIVO (S): Realizar una campaña Publicitaria en grupos.

No	NOMBRES Y APELLIDOS	No. DOCUMENTO	PLANTA	CONTRATISTA	OTRO ¿CUAL?	DEPENDENCIA/ EMPRESA	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO/EXT.	AUTORIZA GRABACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
1	ANGELO ESNEIDER GOMEZ MOSQUERA	1036932705	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	Angelogomezmosquera442@gmail.com	3219629137		
2	EYDER JESUS CONDE FLACO	1075021737	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	Ninjaconde2006@gmail.com	3226590037		Jesy
3	YARIZA LOPEZ ORTEGA	1077430419	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	yarizapalaciosortega@gmail.com	3136126556	Si	Yariza
4	DANNA MELIDA IMBA PALACIOS	1077433110	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	imbapalaciosdanamelida@gmail.com	3207908172		Dana
1	ELY JOHANA CABRERA PALACIOS	1077447533	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	johanacabrerapalacios@gmail.com	3206488791		
2	ARLEIDI VALOYES CORDOBA	1077449307	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	arleidymosque@gmail.com	3136198190	Si	Arleidy
3	YINETH PATRICIA MENA QUESADA	1078005107	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	Menayineth74@gmail.com	3023131335	Si	
3	CARLOS DANIEL MENA NAGLES	1077479351	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	menanaglesdaniel@gmail.com	3206475713	Si	Carlos Daniel
5	KAREN RUBIELA PALACIOS ARROYO	1078457294	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	Karenpalaciosarroyo03@gmail.com	3145918203	Si	
2	YENNY MARIA COPETE CORDOBA	1128526226	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	mariayennycordobacopete@gmail.com	3148105347		Yenny Hcopete
4	EVELIN DANIELA PALACIOS OREJUELA	1078001539	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	Edanielapalacios29@gmail.com	3225124664	Si	Evelin
3	LUCY YARDANY MURILLO CHAVERRA	1078460019	N/A	N/A	APRENDIZ	SENA	lucyyardany@gmail.com	3225214923	Si	Lucy Yardany

GOR-F-085 V02


1. Que haya cortina
2. Mejore sillas
3. Que el tablero este mejor ubicado
3 aspecto educativo
1 tener buena comunicacion
2 ser Respetuoso
3 ser empatico
Angelo gomez
Lucy Yardany
*La instructora Yenifer
*Cortinas
*Buena relación con mis compañeros
*Libros y computadores
Yaritza lópez ortega
Buena convivencio con mis compañeros y instructores
Buena comodidad con los objetos
Respeto
Evelin Daniela Palacios O
1. buen orden
2. Respeto
3. Responsabilidad
Ambiente educativo
Keren Palacios
1 Ambiente acondicionado
2 buenas herramientas
3 espacio seguro
Evelin Daniela Palacios O
1. buena comunicación
2. Compromiso
3. Responsabilidad
Ambiente laboral
2) trabajar compartiendo con las personas el ambito laboral
Ambiente laboral
2) Que entiendo que todo no tiene la capacidad de tener
Keren Palacios
1 Motivacion
2 lugar acondicionado
3 espacio seguro
Carlos Daniel Tenorio Nagles
(1) Buena comunicacion
(2) Buen ambiente laboral
(3) Buen Pago
1. Impresora
2. Gym
3. Internet para cada ambiente
1 transporte
2 buena convivencia
3 buena puntualidad en la hora de Pagar

(4) Idea Central

Atraer Vendedores Ambulantes del departamento del Chocó

(5) Eslogan

Tu nueva meta, Nuestro nuevo Compromiso

(6) Idea Visual / Color, imagen - Video

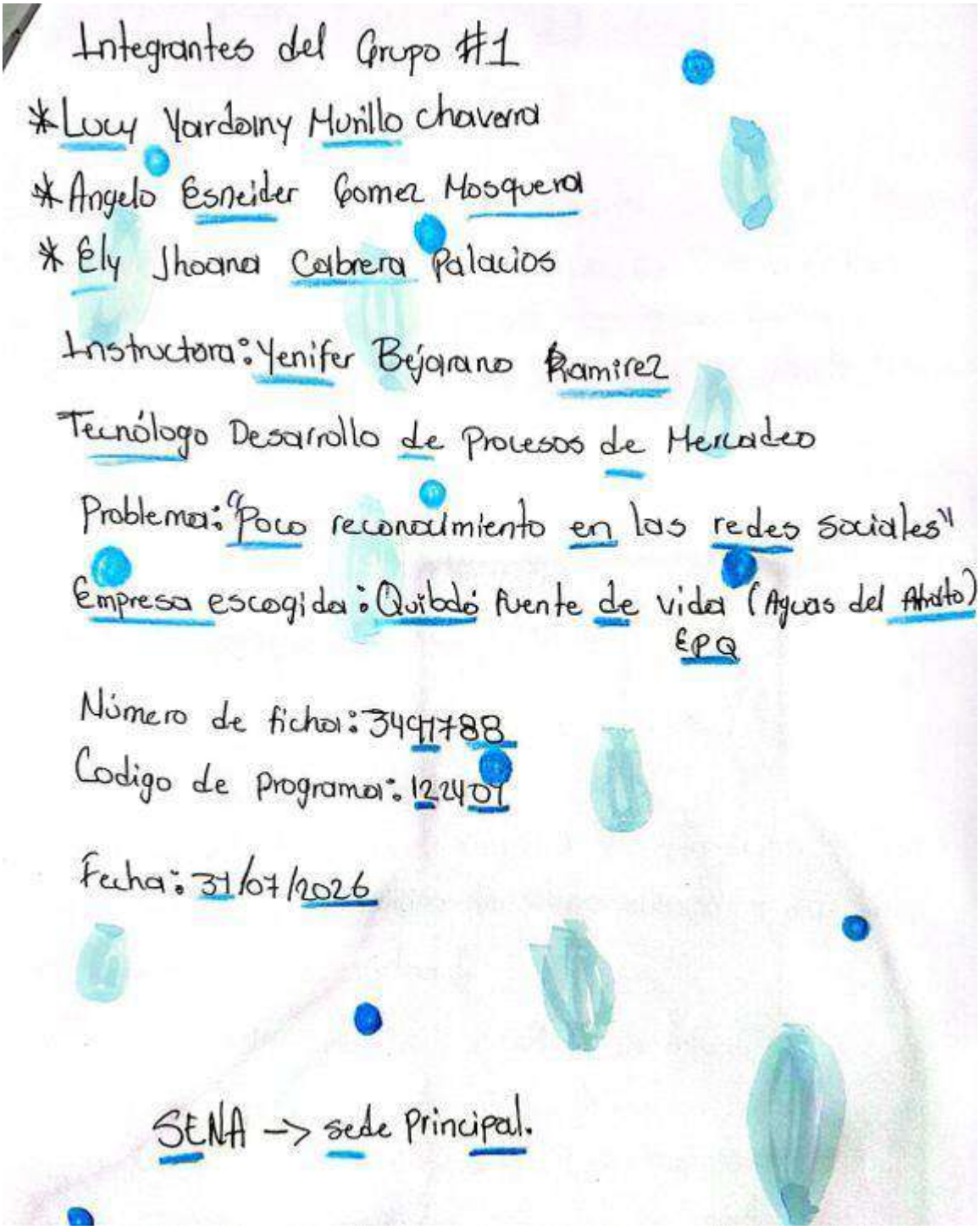
Color = rojo Porque representa energia, fuerza confianza y simboliza Pasión

imagen = emprendimiento



(1) Information general

La Camara de Comercio del Chocó es una entidad sinonima de Exito se Promueve el Desarrollo economico empresarial y Comercial del departamento del Chocó


Integrantes del Grupo #1
*Lucy Yardainy Murillo chavera
*Angelo Esneider Gomez Mosquera
*Ely Jhoana Cabrera Palacios
Instructora: Yenifer Bejarano Ramirez
Tecnólogo Desarrollo de Procesos de Mercadeo
Problema: "Poco reconocimiento en las redes sociales"
Empresa escogida: Quibdó fuente de vida (Aguas del Atrato) EPQ
Número de ficha: 3441788
Codigo de Programa: 124101
Fecha: 31/07/2026
SENA -> sede Principal.

Desarrollo de la estructura del brief de Comunicación ↓

1- Información general: Aguas del Atrato S.A. E.S.P, Quienes ahora son EPQ Quibdó fuente de vida, es una empresa de servicios Públicos que Presta los servicios de acueducto y alcantarillado en la región de Atrato (chocó).

La Campaña dura 5 meses y el equipo encargado es del area de "Mercadeo" Conformado Por↓

*Lucy Yordany Murillo Chaverra
*Angelo Esneider Gomez Mosquera
*Ely Jhoana

2- Descripción de la empresa ↓

Aguas del atrato es una empresa de servicios públicos que Presta los servicios de alcantarillado y acueducto.

3- Problema o necesidad ↓

*Poco reconocimiento en las redes sociales.

4- objetivo de Comunicacion ↓

*El problema identificado es el Poco reconocimiento de Aguas del Atrato en las redes sociales, un objetivo de Comunicación adecuado seria:

Empresa Codechoco

1. Informacion general

Empresa: Codechoco (corporacion autonoma regional para el desarrollo del chocó)

Sector: Publico - Ambiental

Ubicacion: Departamento del choco

Actividad: Proteccion, conservacion y administracion de los recursos naturales.

Mision: Se encarga de proteger, conservar y recuperar los recursos naturales y el medio ambiental de departamento del chocó.

2. Descripción de la empresa

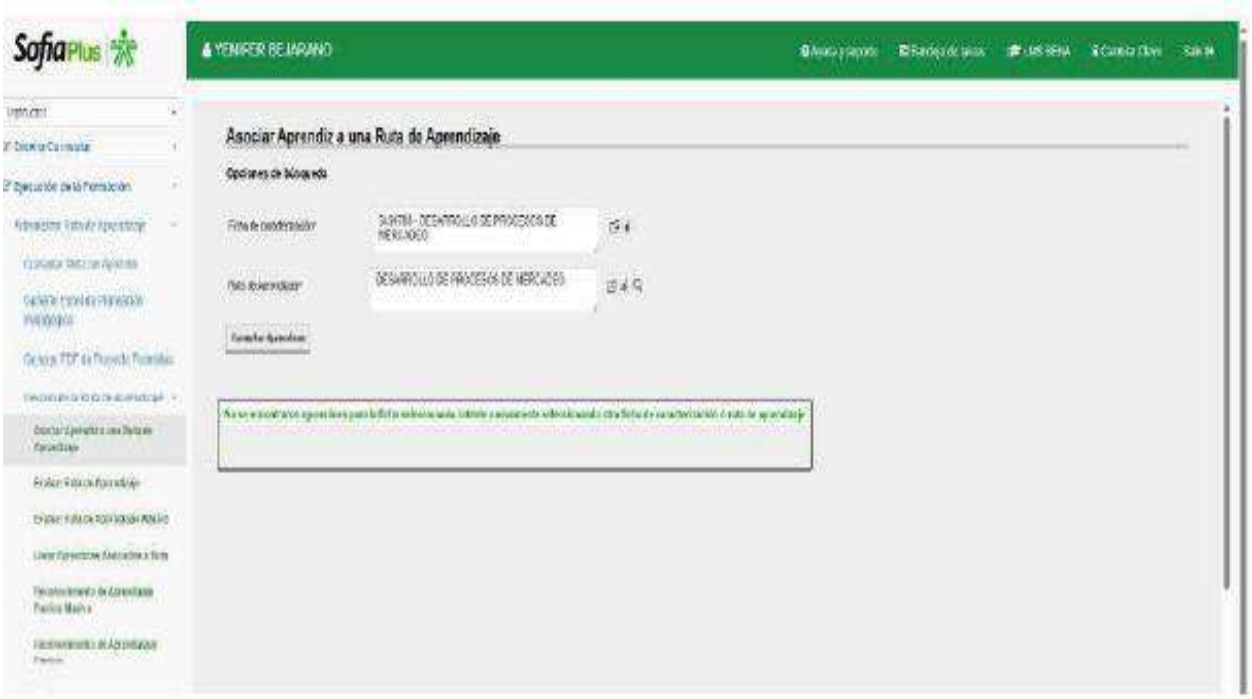
Codechoco es la autoridad ambiental del departamento del ¿ode

su funcion es proteger la biodiversidad y se encarga del uso adecuado del medio ambiente.

3. Problema o necesidad

Existen problemas como la contaminacion de los rios y el mal manejo de residuos solidos.

La visualizacion bajaron un 20% debido a la baja difusión.



Control de Cambios

VERSIÓN	FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	NATURALEZA DEL CAMBIO
2	Abril 2026	Se realizó ajuste en la redacción de la Nota Interna, en la cual se sustituyó la expresión “No se requirió la actividad” por “Para el periodo del informe no se ejecutaron acciones referentes al cumplimiento de esta obligación.”
3	Julio 2026	Se incluye apartado en relación con la obligación de adjuntar los certificados penales, fiscales y disciplinario, la cual deberá diligenciarse indicando la fecha de expedición de las certificaciones, la cual deberá corresponder al mes de presentación del respectivo informe mensual de ejecución contractual.

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: YENIFER BEJARANO RAMIREZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE RECURSOS NATURALES, INDUSTRIA Y BIODIVERSIDAD

FECHA INICIAL: 01/08/2026 00:00:00

FECHA FINAL: 31/08/2026 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 3584898 - MERCADEO Y VENTAS.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN SEGÚN EL PLAN DE MERCADEO Y NORMATIVA TÉCNICA

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. PLANIFICAR LA ESTRUCTURA DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LOS SEGMENTOS DE MERCADO, VARIABLES DE COMERCIALIZACIÓN Y OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.
2. DISEÑAR EL BOSQUEJO FÍSICO Y DIGITAL DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN APLICANDO METODOLOGÍAS DE COSTEO, FORMATOS COMERCIALES Y PARÁMETROS DE COMERCIALIZACIÓN.
3. SUPERVISAR EL COMPORTAMIENTO OPERATIVO DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN MEDIANTE INDICADORES DE GESTIÓN COMERCIAL, HERRAMIENTAS ESTADÍSTICAS Y PARÁMETROS DE MEDICIÓN.
4. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA EN LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN A PARTIR DEL REPORTE DE INFORMACIÓN TÉCNICA, HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS Y NORMATIVIDAD DEL SECTOR.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 43,60

FICHA DE APRENDIZAJE: 3491788 - DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 IDENTIFICAR LOS PRINCIPIOS Y LEYES DE LA FÍSICA EN LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE ACUERDO AL CONTEXTO

RA2 SOLUCIONAR PROBLEMAS ASOCIADOS CON EL SECTOR PRODUCTIVOS CON BASE EN LOS PRINCIPIOS Y LEYES DE LA

RA3 VERIFICAR LAS TRANSFORMACIONES FÍSICAS DE LA MATERIA UTILIZANDO HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS.

RA4 PROPONER ACCIONES DE MEJORA EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS DE ACUERDO CON LOS PRINCIPIOS Y LEYES DE LA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 ANALIZAR LAS ESTRATEGIAS PARA LA PREVENCIÓN Y CONTROL DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES Y DE LOS ACCIDENTES Y ENFERMEDADES LABORALES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y EL ENTORNO SOCIAL.

RA2 IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS PARA EL CONTROL DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES Y DE LOS ACCIDENTES Y ENFERMEDADES DE ACUERDO CON LOS PLANES Y PROGRAMAS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.

RA3 REALIZAR SEGUIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO AL DESARROLLO DE LOS PLANES Y PROGRAMAS AMBIENTALES Y SST, SEGÚN EL ÁREA DE DESEMPEÑO.

RA4 PROPONER ACCIONES DE MEJORA PARA EL MANEJO AMBIENTAL Y EL CONTROL DE LA SST, DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE TRABAJO, COLABORATIVO, COOPERATIVO Y COORDINADO EN EL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1. ESTRUCTURAR EL BRIEF DE COMUNICACIÓN SEGÚN ESPECIFICACIONES DE LA ORGANIZACIÓN Y COMPORTAMIENTO DEL SEGMENTO. 96H

RA2. ESTABLECER EL PLAN DE ACCIÓN DE ENDOMARKETING DE ACUERDO CON LA IDENTIDAD CORPORATIVA. 96H

RA3. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL DE ACUERDO CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. 96H

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H

RA2. PLANTEAR EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA MARKETING DE ACUERDO CON CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DE MERCADO. 96H

RA3. SELECCIONAR LA ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA CONDICIONES DEL MERCADO. 144H

RA4. APLICAR ACCIONES DEL PLAN DE MERCHANDISING EN EL CANAL DE ACUERDO CON OBJETIVOS DE MERCADEO Y NORMATIVA. 192H

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 ANALIZAR LOS COMPONENTES DE LA COMUNICACIÓN SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS, INTENCIONALIDAD Y CONTEXTO.

RA2 ARGUMENTAR EN FORMA ORAL Y ESCRITA ATENDIENDO LAS EXIGENCIAS Y PARTICULARIDADES DE LAS DIVERSAS SITUACIONES COMUNICATIVAS MEDIANTE LOS DISTINTOS SISTEMAS DE REPRESENTACIÓN.

RA3 RELACIONAR LOS PROCESOS COMUNICATIVOS TENIENDO EN CUENTA CRITERIOS DE LÓGICA Y RACIONALIDAD.

RA4 ESTABLECER PROCESOS DE ENRIQUECIMIENTO LEXICAL Y ACCIONES DE MEJORAMIENTO EN EL DESARROLLO DE PROCESOS COMUNICATIVOS SEGÚN REQUERIMIENTOS DEL CONTEXTO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

01- Reconocer el trabajo como factor de movilidad social y transformación vital con referencia a la fenomenología y a los derechos fundamentales en el trabajo.

02- Valorar la importancia de la ciudadanía laboral con base en el estudio de los derechos humanos y fundamentales en el trabajo.

03- Practicar los derechos fundamentales en el trabajo de acuerdo con la Constitución Política y los Convenios Internacionales.

04- Participar en acciones solidarias teniendo en cuenta el ejercicio de los derechos humanos, de los pueblos y de la naturaleza.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 PROMOVER MI DIGNIDAD Y LA DEL OTRO A PARTIR DE LOS PRINCIPIOS Y VALORES ÉTICOS COMO APORTE EN LA INSTAURACIÓN DE UNA CULTURA DE PAZ.

RA2 ESTABLECER RELACIONES DE CRECIMIENTO PERSONAL Y COMUNITARIO A PARTIR DEL BIEN COMÚN COMO APORTE PARA EL DESARROLLO SOCIAL.

RA3 PROMOVER EL USO RACIONAL DE LOS RECURSOS NATURALES A PARTIR DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD Y SUSTENTABILIDAD ÉTICA Y NORMATIVA VIGENTE.

RA4 CONTRIBUIR CON EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA DE PAZ A PARTIR DE LA DIGNIDAD HUMANA Y LAS ESTRATEGIAS PARA LA TRANSFORMACIÓN DE CONFLICTOS.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Evaluar estrategias de mercadeo de acuerdo con objetivos comerciales

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1. SELECCIONAR TÉCNICA DE EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA EL PLAN DE MERCADEO SEGÚN POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN. 96H

RA2. VALIDAR LOS RESULTADOS DEL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Formular el plan según objetivos y metodologías

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H

RA2. INVESTIGAR MERCADOS TENIENDO EN CUENTA LAS NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN. 240H

RA3. SELECCIONAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN. 144H

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 DESARROLLAR HABILIDADES PSICOMOTRICES EN EL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.

RA2 PRACTICAR HÁBITOS SALUDABLES MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FUNDAMENTOS DE NUTRICIÓN E HIGIENE.

RA3 EJECUTAR ACTIVIDADES DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO ORIENTADAS HACIA EL MEJORAMIENTO DE LA CONDICIÓN FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVO Y SOCIAL.

RA4 IMPLEMENTAR UN PLAN DE ERGONOMÍA Y PAUSAS ACTIVAS SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LA FUNCIÓN PRODUCTIVA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 INTEGRAR ELEMENTOS DE LA CULTURA EMPRENDEDORA TENIENDO EN CUENTA EL PERFIL PERSONAL Y EL CONTEXTO DE DESARROLLO SOCIAL.

RA2 CARACTERIZAR LA IDEA DE NEGOCIO TENIENDO EN CUENTA LAS OPORTUNIDADES Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y SOCIAL.

RA3 ESTRUCTURAR EL PLAN DE NEGOCIO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES Y TENDENCIAS DE

RA4 VALORAR LA PROPUESTA DE NEGOCIO CONFORME CON SU ESTRUCTURA Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 COMPRENDER INFORMACIÓN SOBRE SITUACIONES COTIDIANAS Y LABORALES ACTUALES Y FUTURAS A TRAVÉS DE INTERACCIONES SOCIALES DE FORMA ORAL Y ESCRITA. 48H

RA2 INTERCAMBIAR OPINIONES SOBRE SITUACIONES COTIDIANAS Y LABORALES ACTUALES, PASADAS Y FUTURAS EN CONTEXTOS SOCIALES ORALES Y ESCRITOS. 96H

RA3 DISCUTIR SOBRE POSIBLES SOLUCIONES A PROBLEMAS DENTRO DE UN RANGO VARIADO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES. 96H

RA4 IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA RELACIONADAS CON EL USO DE EXPRESIONES, ESTRUCTURAS Y DESEMPEÑO SEGÚN LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE FORMULADOS PARA EL PROGRAMA. 48H

RA5 PRESENTAR UN PROCESO PARA LA REALIZACIÓN DE UNA ACTIVIDAD EN SU QUEHACER LABORAL DE ACUERDO CON LOS PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS DESDE SU PROGRAMA DE FORMACIÓN. 48H

RA6 EXPLICAR LAS FUNCIONES DE SU OCUPACIÓN LABORAL USANDO EXPRESIONES DE ACUERDO AL NIVEL REQUERIDO POR EL PROGRAMA DE FORMACIÓN. 48H

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Orientar investigación formativa según referentes técnicos

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 ANALIZAR EL CONTEXTO PRODUCTIVO SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES.

RA2 ESTRUCTURAR EL PROYECTO DE ACUERDO A CRITERIOS DE LA INVESTIGACIÓN.

RA3 ARGUMENTAR ASPECTOS TEÓRICOS DEL PROYECTO SEGÚN REFERENTES NACIONALES E INTERNACIONALES.

RA4 PROPONER SOLUCIONES A LAS NECESIDADES DEL CONTEXTO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H

RA2. APLICAR MÉTODOS DE ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DE ACUERDO CON TENDENCIAS DEL MERCADO. 96H

RA3. UTILIZAR ESTRATEGIAS DE PRECIOS EN EL PLAN DE MERCADEO A PARTIR DEL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN. 144H

RA4. ESTABLECER EL PRESUPUESTO DE VENTAS DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 96H

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 IDENTIFICAR MODELOS MATEMÁTICOS DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL PROBLEMA PLANTEADO EN CONTEXTOS SOCIALES Y PRODUCTIVO.

RA2 PLANTEAR PROBLEMAS MATEMÁTICOS A PARTIR DE SITUACIONES GENERADAS EN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO.

RA3 RESOLVER PROBLEMAS MATEMÁTICOS A PARTIR DE SITUACIONES GENERADAS EN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO.

RA4 PROPONER ACCIONES DE MEJORA FRENTE A LOS RESULTADOS DE LOS PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS DE ACUERDO CON EL PROBLEMA PLANTEADO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Resultado de Aprendizaje de la Inducción.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA APROPIAR CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL DEL SENA EN EL CONTEXTO DE LA MISIÓN INSTITUCIONAL DE ACUERDO CON SU ROL PROYECTO DE VIDA Y DESARROLLO PROFESIONAL.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

APLICAR EN LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS REALES DEL SECTOR PRODUCTIVO, LOS CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS PERTINENTES A LAS COMPETENCIAS DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN ASUMIENDO ESTRATEGIAS Y METODOLOGÍAS DE AUTOGESTIÓN

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 ALISTAR HERRAMIENTAS DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC), DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.

RA2 APLICAR FUNCIONALIDADES DE HERRAMIENTAS Y SERVICIOS TIC, DE ACUERDO CON MANUALES DE USO, PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS Y BUENAS PRÁCTICAS.

RA3 EVALUAR LOS RESULTADOS, DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS.

RA4 OPTIMIZAR LOS RESULTADOS, DE ACUERDO CON LA VERIFICACIÓN.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 125,60

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:	169,20

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: YENIFER BEJARANO RAMIREZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE RECURSOS NATURALES, INDUSTRIA Y BIODIVERSIDAD

1. INFORMACION BÁSICA DEL PROGRAMA DE FORMACION TITULADA		
1.1 Denominación del Programa:	DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO	
1.2. Código Programa:	124101	
1.3. Versión Programa:	1	
1.4. Vigencia del Programa:	**Fecha inicio programa:** 09/06/2022 **Fecha fin programa:** 19/07/2022 El programa aún se encuentra vigente	
1.5 Duración máxima estimada del aprendizaje (horas)	**Etapa Lectiva:**	3120 horas
	Etapa Productiva:	864 horas
	Total:	3984 horas
1.6 Tipo de programa	TITULADO	
1.7 Título o certificado que obtendrá	TECNÓLOGO	
1.8 Justificación	El reiterado cambio, en las preferencias de los consumidores, debido a la evolución tecnológica y la insistente lucha de las empresas, por obtener la fidelización de sus usuarios; ha ocasionado que hoy en día, encontremos productos y servicios capaces de satisfacer cualquier necesidad, por lo cual, entender las particularidades del mercadeo, es la clave, para el éxito de toda organización (Puente, 2006). Para coadyuvar, en esta acción, el SENA oferta, la Tecnología en Desarrollo de Procesos de Mercadeo, con la finalidad de que, las acciones de marketing aplicadas por las organizaciones se conviertan en una actividad empresarial proactiva, inteligente y dinámica; en donde el empresario, debe romper paradigmas para aceptar que esta área, impacte las demás áreas funcionales de la empresa y se convierta, en el alma de la organización (Herrera, 2013). Teniendo en cuenta, que el mercadeo, es el proceso de desarrollar, promover y distribuir productos, con el fin de responder a las exigencias y deseos de los clientes (Louis Scheeider Farese, 2001); es innegable, la necesidad de que toda organización comercial, cuente con, Asistentes de mercadeo, publicidad y comunicaciones, que intervengan en el desarrollo de estrategias de mercadeo; premisa con la cual, parecen estar de acuerdo los empresarios; ya que las ocupaciones relacionadas con mercadeo y ventas reportan un mayor número de vacantes colocados y está dentro de las diez principales ocupaciones, de la mesa sectorial (APE - SENA, 2017). Finalmente, las oportunidades de vinculación laboral para los Asistentes de mercadeo, publicidad y comunicaciones, son prometedoras, si se tiene en cuenta, el incremento en la demanda de personal capacitado, en ocupaciones relacionadas con los servicios; la cual representó, el 55% del total de vacantes registradas en el Servicio público de empleo del SENA APE, en el año 2017, que si se compara, con la cifra del año inmediatamente anterior, se observó una variación positiva del 4,01% (Observatorio SPE -SENA, 2017).	
1.9 Sectores a los que se asocia el programa	**Sector económico:**	SERVICIOS
	Sector clase mundial:	
	Sector locomotora:	

2.0 Estrategia metodológica	Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en el utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias. Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el que hacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento: El instructor Tutor El entorno Las TIC El trabajo colaborativo

2. PERFIL IDÓNEO DE EGRESO

2.1 PERFIL OCUPACIONAL

2.1.1 NOMBRE DE LA(s) OCUPACIONES QUE PODRÁ DESEMPEÑAR EL EGRESADO

Código del campo ocupacional	Ocupación
1241	Asistentes de Mercadeo, Publicidad y Comunicaciones

2.1.2 PRINCIPALES PRODUCTOS DEL TRABAJO DEL EGRESADO

DIAGNOSTICO DE MERCADO
INVESTIGACION DE MERCADOS
PLAN DE MERCADEO
INFORME DE EVALUACION DEL PLAN DE MERCADEO

2.1.3 COMPETENCIAS QUE DESARROLLARÁ

Código del campo ocupacional	Ocupación
1241	Asistentes de Mercadeo, Publicidad y Comunicaciones

2.2 PERFIL PROFESIONAL

Código del campo ocupacional	Ocupación
1241	Asistentes de Mercadeo, Publicidad y Comunicaciones

2.3 PROYECCIÓN DEL EGRESADO

2.3.1 En lo laboral	EL EGRESADO DE TECNOLOGO EN DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO SENA PODRA DESEMPEÑARSE EN CARGOS DE ASISTENTE EN INVESTIGACIONES DE MERCADOS, ASISTENTE EN PRONOSTICOS DEL MERCADO, ASISTENTE EN ELABORACION DE PLANES DE MERCADEO, ASISTENTE EN LA IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y ASISTENTE EN LA EVALUACION DE ACCIONES DE MERCADEO.
2.3.2 En lo empresarial	EL EGRESADO PODRA DESEMPEÑARSE EN EMPRESAS DE SERVICIOS, COMERCIALES E INDUSTRIALES, DE CARACTER PUBLICO O PRIVADO Y EMPRENDER CREANDO UNIDADES DE NEGOCIO PARA ATENCION A PYMES Y MICRO PYMES.

2.3.3 En el entorno social	EN EL CAMPO SOCIAL, EL EGRESADO ESTARA EN CAPACIDAD DE PARTICIPAR EN LA ASISTENCIA DE LA IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO CON ENFASIS EN LO SOCIAL (MARKETING SOCIAL, POLITICO) Y AMBIENTAL (MARKETING GREEN).
2.3.4 En la formación y aprendizaje permanente	EL EGRESADO PODRA CONTINUAR SU FORMACION EN EL NIVEL TECNOLOGICO EN LAS DIFERENTES ESPECIALIZACIONES OFERTADAS EN EL SENA COMO: DESARROLLO DE INVESTIGACION DE MERCADOS, TRADE MARKETING, ESTRUCTURACION DEL PLAN COMERCIAL, GESTION ESTRATEGICA DE SERVICIO AL CLIENTE Y MERCADEO DE NEGOCIOS EN LINEA. EN EL NIVEL DE PREGRADO EN AREAS COMO INGENIERO DE MERCADOS, ECONOMISTA, ADMINISTRADOR DE EMPRESAS, INGENIERO INDUSTRIAL MERCADOLOGO, PROFESIONAL DE MERCADEO Y PUBLICIDAD. PARA ACTUALIZARSE Y CUALIFICAR SU DESEMPEÑO PODRA DESARROLLAR CURSOS DE FORMACION COMPLEMENTARIA Y ACCIONES DE FORMACION CORTA EN TEMAS COMO: SERVICIO AL CLIENTE, MARKETING DIGITAL, ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS ENTRE OTROS.
2.3.5 En la innovación y desarrollo tecnológico	EL EGRESADO DEL PROGRAMA PODRA PARTICIPAR EN PROYECTOS DE INVESTIGACION DE BASE TECNOLOGICA ORIENTADO A INVESTIGACION DE MERCADOS, IDENTIFICACION DE TENDENCIAS Y GENERACION DE IDEAS E INNOVACION PARA EL DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS O SERVICIOS, Y PLANTEAR ALTERNATIVAS DE SOLUCION A NECESIDADES EN PROCESOS DE

2.4 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PERFIL DEL EGRESADO

EL EGRESADO DEL PROGRAMA TECNOLOGIA EN DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO ES UN TALENTO HUMANO FORMADO INTEGRALMENTE BAJO EL ENFOQUE POR COMPETENCIAS CON CAPACIDAD PARA APOYAR EN LA REALIZACION DE ESTUDIOS Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO, DESARROLLO DE PRODUCTOS, APORTAR EN EL MANEJO DE LA COMUNICACION CORPORATIVA Y ACTUALIZAR INFORMACION DE PROYECTOS DE MERCADEO, ACORDES CON LOS PLANES ESTRATEGICOS Y POLITICAS DE LA ORGANIZACION; CON EL FIN DE PROPORCIONAR HERRAMIENTAS QUE POSIBILITEN EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES Y LOGRAR MAYOR EFICIENCIA, EN LOS PROCESOS DE MERCADEO, DE LAS ORGANIZACIONES; CON UN ALTO SENTIDO DE RESPONSABILIDAD EN EL DESEMPEÑO DE SUS FUNCIONES.

EL APRENDIZ, DEBERA DESARROLLAR HABILIDADES BLANDAS, COMO LA COMUNICACION ASERTIVA, PROACTIVIDAD Y TRABAJO EN EQUIPO.

PODRA DESEMPEÑARSE EN EMPRESAS DE SERVICIOS, COMERCIALES E INDUSTRIALES, DE CARACTER PUBLICO O PRIVADO Y EMPRENDER CREANDO UNIDADES DE NEGOCIO PARA ATENCION A PYMES Y MICRO PYMES, EN CARGOS DE ASISTENTES DE MERCADEO, PUBLICIDAD Y COMUNICACIONES.

3. PERFIL IDÓNEO DE INGRESO

3.1 REQUERIMIENTOS

3.1.1 Nivel de competencias a demostrar en el proceso de ingreso por tipo de certificación:

Nivel académico adecuado para caracterizar al aspirante de acuerdo con el perfil de egreso:	MEDIA ACADÉMICA
Grado:	11

Requiere Certificación académica (si/no)	SI		
Requiere Formación para el trabajo y desarrollo humano. (si/no)	NO	**Cuál?**	
		No. Horas	0
3.1.2 Edad mínima definida en la ley:	16 años		
3.1.3 Requisitos adicionales:	Presentar resultado de la prueba o examen de estado de la educación media		

3.1.4 Restricciones de ingreso soportadas en la legislación vigente:
(Limitaciones físicas o cognitivas que impiden total o parcialmente el desarrollo de la formación y que estén expresamente descrita y soportadas en normas relacionadas con el desempeño ocupacional y profesional)

No existe legislación que establezca restricciones de ingreso a nivel de discapacidad física y cognitiva.

3.2 ASPECTOS ACTITUDINALES, MOTIVACIONALES Y DE INTERÉS

Interés relacionado con la disposición para el trabajo en equipo, vocación de servicio, manejo de comunicación asertiva, capacidad de entender al otro, capacidad de observación y creatividad

3.3 COMPETENCIAS A EVALUAR EN EL PROCESO DE INGRESO

CLASE	TIPO	COMPETENCIA	INDICADOR	NIVEL ACADEMICO	GRADO	%
Básica	Tecnologia Informatica	Apropiación y uso de la tecnología.	Utilizo adecuadamente herramientas informáticas de uso común para la búsqueda y procesamiento de la	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Matematicas	Pensamiento Aleatorio y Sistemas de Datos.	Interpreto y comparo resultados de estudios con información estadística provenientes de medios de co	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Matematicas	Pensamiento Aleatorio y Sistemas de Datos.	Interpreto nociones básicas relacionadas con el manejo de información como población, muestra, varia	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Matematicas	Pensamiento Aleatorio y Sistemas de Datos.	Resuelvo y planteo problemas usando conceptos básicos de conteo y probabilidad	MEDIA ACADÉMICA	11	1

			(combinaciones, permu			
Básica	Matematicas	Pensamiento Numérico y Sistemas Numericos.	Establezco relaciones y diferencias entre diferentes notaciones de números reales para decidir sobre	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Básica	Lenguaje	Comprensión e Interpretación Textual.	Relaciono el significado de los textos que leo con los contextos sociales, culturales y políticos en	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Básica	Lenguaje	Comprensión e Interpretación Textual.	Asumo una actitud crítica frente a los textos que leo y elaboro, y frente a otros tipos de texto: ex	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Básica	Lenguaje	Ética de la Comunicación.	Identifico, caracterizo y valoro diferentes grupos humanos teniendo en cuenta aspectos étnicos, ling	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Básica	Lenguaje	Literatura.	Comparo textos de diversos autores, temas, épocas y culturas, y utilizo recursos de la teoría litera	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Básica	Lenguaje	Medios de Comunicación y otros Sistemas Simbólicos.	Comprendo el papel que cumplen los medios de comunicación masiva en el contexto social, cultural, ec	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Lenguaje	Medios de Comunicación y otros Sistemas Simbólicos.	Analizo las implicaciones culturales, sociales e ideológicas de manifestaciones humanas como los gra	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Lenguaje	Medios de Comunicación y otros Sistemas Simbólicos.	Explico cómo los códigos verbales y no verbales se articulan para generar sentido en obras cinematog	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Lenguaje	Producción Textual.	Comprendo el valor del lenguaje en los procesos de construcción del conocimiento.	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Lenguaje	Producción Textual.	Evidencio en mis producciones textuales el conocimiento de los diferentes niveles de la lengua y el	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Lenguaje	Producción Textual.	Produzco ensayos de carácter argumentativo en los que desarrollo mis ideas con rigor y atendiendo a	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Ingles	Conversación.	Uso mis conocimientos previos para participar en una conversación.	MEDIA ACADÉMICA	11	2

Básica	Ingles	Conversación.	Utilizo estrategias que me permiten iniciar, mantener y cerrar una conversación sencilla sobre temas	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Básica	Ingles	Escritura.	Escribo textos a través de los cuales explico mis preferencias, decisiones o actuaciones.	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Básica	Ingles	Escucha.	Entiendo instrucciones para ejecutar acciones cotidianas.	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Ingles	Escucha.	Me apoyo en el lenguaje corporal y gestual del hablante para comprender mejor lo que dice.	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Ingles	Escucha.	Utilizo las imágenes e información del contexto de habla para comprender mejor lo que escucho.	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Ingles	Lectura.	Identifico palabras clave dentro del texto que me permiten comprender su sentido general.	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Básica	Ingles	Monólogos.	Puedo expresarme con la seguridad y confianza propios de mi personalidad.	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Ciencias Sociales	Desarrollo compromisos personales y sociales.	Participo en debates y discusiones académicas.	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Ciencias Sociales	Desarrollo compromisos personales y sociales.	Propongo la realización de eventos académicos (foros, mesas redondas, paneles.).	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Ciencias Sociales	Desarrollo compromisos personales y sociales.	Reconozco que los derechos fundamentales de las personas están por encima de su género, su filiación	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Ciencias Sociales	Desarrollo compromisos personales y sociales.	Analizo críticamente la influencia de los medios de comunicación en la vida de las personas y de las	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Ciencias Sociales	Me aproximo al conocimiento como científico(a) social.	Justifico la importancia de la investigación que propongo.	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Ciencias Sociales	Me aproximo al conocimiento como científico(a) social.	Diseño un cronograma de trabajo.	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Ciencias Sociales	Me aproximo al conocimiento como científico(a) social.	Diseño un plan de búsqueda bibliográfica con diferentes términos y combinación de términos para enco	MEDIA ACADÉMICA	11	1

Básica	Ciencias Sociales	Me aproximo al conocimiento como científico(a) social.	Registro información de manera sistemática.	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Ciencias Sociales	Me aproximo al conocimiento como científico(a) social.	Clasifico, comparo e interpreto la información obtenida en las diversas fuentes.	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Ciencias Sociales	Me aproximo al conocimiento como científico(a) social.	Saco conclusiones.	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Ciencias Sociales	Me aproximo al conocimiento como científico(a) social.	Utilizo diversas formas de expresión, para dar a conocer los resultados de mi investigación.	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Básica	Ciencias Sociales	Relaciones espaciales y ambientales.	Explico y evalúo el impacto del desarrollo industrial y tecnológico sobre el medio ambiente y el ser	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Básica	Ciencias Sociales	Relaciones espaciales y ambientales.	Reconozco el impacto de la globalización sobre las distintas economías y reconozco diferentes reacci	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Básica	Ciencias Naturales	Desarrollo compromisos personales y sociales..	Cumplo mi función cuando trabajo en grupo y respeto las funciones de otras personas.	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Básica	Ciencias Naturales	Me aproximo al conocimiento como científico(a) natural.	Utilizo las matemáticas para modelar, analizar y presentar datos y modelos en forma de ecuaciones, f	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Básica	Ciencias Naturales	Me aproximo al conocimiento como científico(a) natural.	Busco información en diferentes fuentes, escojo la pertinente y doy el crédito correspondiente.	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Ciudadana	Ciudadana	Convivencia y paz	Contribuyo a que los conflictos entre personas y entre grupos se manejen de manera pacífica y constr	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Ciudadana	Ciudadana	Convivencia y paz	Comprendo la importancia de la defensa del medio ambiente, tanto en el nivel local como global, y pa	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Ciudadana	Ciudadana	Participación y responsabilidad democrática.	Analizo críticamente y debato con argumentos y evidencias sobre hechos ocurridos a nivel local, naci	MEDIA ACADÉMICA	11	1
Laboral	Tecnológico	Usar Herramientas Informáticas.	Utilizo las herramientas informáticas para el desarrollo de proyectos y actividades.	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Laboral	Personal	Dominio Personal.	Construyo una visión personal de largo, mediano y corto plazo, con objetivos y metas definidas, en d	MEDIA ACADÉMICA	11	2

			Construyo una visión personal de largo, mediano y corto plazo, con objetivos y metas definidas, en d			
Laboral	Personal	Orientación Ética.	Cumplo los compromisos asumidos de acuerdo con las condiciones de tiempo y forma acordadas con la ot	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Laboral	Organizacional	Gestión de la Información.	Opero herramientas informáticas para construir y manejar bases de datos con la información recolecta	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Laboral	Organizacional	Gestión y Manejo de Recursos.	Clasifico, ordeno y almaceno los recursos, de acuerdo con parámetros establecidos.	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Laboral	Organizacional	Orientación al Servicio.	Establezco acuerdos para atender las solicitudes de los otros.	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Laboral	Interpersonal	Comunicación.	Manifiesto mis ideas y puntos de vista de forma que los otros me comprendan.	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Laboral	Interpersonal	Liderazgo.	Contribuyo para que los miembros del equipo aporten a la solución de los problemas colectivos.	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Laboral	Interpersonal	Liderazgo.	Planeo y organizo las acciones en conjunto con los otros, para solucionar los problemas colectivos.	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Laboral	Interpersonal	Manejo de Conflictos.	Identifico alternativas para manejar y resolver los conflictos.	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Laboral	Interpersonal	Trabajo en Equipo.	Defino con los otros las estrategias de acción favorables para el equipo.	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Laboral	Interpersonal	Trabajo en Equipo.	Asigno y asumo roles y responsabilidades de acuerdo con las aptitudes de los miembros del equipo.	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Laboral	Intelectual	Creatividad.	Identifico ideas innovadoras para resolver problemas de variados contextos (sociales, culturales, ec	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Laboral	Intelectual	Creatividad.	Utilizo métodos no necesariamente conocidos para solucionar problemas.	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Laboral	Intelectual	Solución de Problemas.	Evalúo las alternativas viables para solucionar el	MEDIA ACADÉMICA	11	2

			problema.			
Laboral	Intelectual	Solución de Problemas.	Defino un plan de acción para implementar la alternativa elegida.	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Laboral	Intelectual	Toma de Decisiones.	Evalúo los factores de riesgo, oportunidad e impacto de cada alternativa.	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Laboral	Intelectual	Toma de Decisiones.	Desarrollo las acciones previstas en el plan.	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Laboral	Intelectual	Toma de Decisiones.	Evalúo los resultados finales de la decisión.	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Laboral	Empresariales y Para el Emprendimiento	Elaboración de planes para crear empresas o Unidades de Negocio.	Defino las características del producto o servicio.	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Laboral	Empresariales y Para el Emprendimiento	Identificación de Oportunidades para crear Empresas o unidades de Negocio.	Establezco las principales características socioeconómicas y culturales de la región elegida para at	MEDIA ACADÉMICA	11	2
Laboral	Empresariales y Para el Emprendimiento	Identificación de Oportunidades para crear Empresas o unidades de Negocio.	Identifico oportunidades para crear o proveer bienes o servicios, teniendo en cuenta las necesidades	MEDIA ACADÉMICA	11	2

3.4 DOTACIÓN MÍNIMA DE AMBIENTES DE APRENDIZAJE PARA LA COMPETENCIA DE	
3.4.1 Caracterización de ambiente mínimo	Capacidad para 36 aprendices. Mesas y sillas ergonómicas con puestos individuales de trabajo. Ambientes propicios para el manejo de la comunicación asertiva.
3.4.2 Maquinaria y Equipo Especializado	Equipos de cómputo, impresora láser color, televisor Smart TV con salida HDMI y puertos USB, tablero interactivo y aire acondicionado.
3.4.3 Software Especializado	Software especializado para análisis y procesamiento de información cualitativo y cuantitativo Software especializado para Georreferenciación Software especializado de gestión en el punto de venta
3.4.4 Herramientas Especializadas	Kit para desarrollar habilidad en Visual Merchandising - Vitrinismo
3.4.5 Simuladores específicos del entorno	Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal en Investigación cualitativa y cuantitativa
3.4.6 Muebles colaborativos	Muebles y mesas colaborativas

3.4.7 Tecnologías de la información y las comunicaciones	Conexión a Internet para cada uno de los equipos de cómputo por cable estructurado o Wifi
3.4.8 Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente:	Ambientes de aprendizaje con iluminación natural adecuada en caso que se trabaje en el día, iluminación artificial en caso de trabajar en la noche, ventilación natural y espacios amplios para guardar distancia entre los aprendices. Los pasillos de circulación lo suficientemente amplios de modo que permitan el movimiento seguro del personal. Que cumpla con las normas de sismo resistencia e iluminación.

4. CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA

4.1 NORMA / UNIDAD DE COMPETENCIA	APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
4.2 CÓDIGO NORMA DE COMPETENCIA LABORAL	220201501
4.3 NOMBRE DE LA COMPETENCIA	CIENCIAS NATURALES: FÍSICA
4.4 DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE (Horas)	48 horas

4.5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DENOMINACIÓN
RA1 IDENTIFICAR LOS PRINCIPIOS Y LEYES DE LA FÍSICA EN LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE ACUERDO AL CONTEXTO PRODUCTIVO.
RA3 VERIFICAR LAS TRANSFORMACIONES FÍSICAS DE LA MATERIA UTILIZANDO HERRAMIENTAS
RA2 SOLUCIONAR PROBLEMAS ASOCIADOS CON EL SECTOR PRODUCTIVOS CON BASE EN LOS PRINCIPIOS Y LEYES DE LA FÍSICA.
RA4 PROPONER ACCIONES DE MEJORA EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS DE ACUERDO CON LOS PRINCIPIOS Y LEYES DE LA FÍSICA.

4.6 CONOCIMIENTOS

4.6.1 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

UTILIZAR MAGNITUDES FÍSICAS ESCALARES
EXPLICAR CAMBIOS FISCOS DE LA MATERIA
DESCRIBIR EL MOVIMIENTO DE LOS CUERPOS
IDENTIFICAR LOS ELEMENTOS DE UN PROCESO TÉRMICO
IDENTIFICAR LOS PRINCIPIOS FÍSICOS DEL FUNCIONAMIENTO DE LAS MÁQUINAS
DESCRIBIR LA TRASFORMACIÓN DE LA ENERGÍA
EXPLICAR LAS VARIABLES QUE INTERVIENEN EN UN SISTEMA TÉRMICO
DESCRIBIR LAS FASES DE OBSERVACIÓN, FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS DE TRABAJO, EXPERIMENTACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LEYES FÍSICAS
REALIZAR EXPERIMENTOS PARA COMPROBAR PRINCIPIOS Y TEORÍAS FÍSICAS

4.6.2 CONOCIMIENTOS DEL SABER

FÍSICA: CONCEPTO Y APLICACIONES
OBSERVACIÓN: MÉTODOS, TÉCNICAS, ATRIBUTOS, APLICACIONES Y USOS
EXPERIMENTACIÓN: MÉTODOS, TÉCNICAS, ATRIBUTOS, APLICACIONES Y USOS
MATERIA: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS Y ESTADOS
MAGNITUDES FÍSICAS: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS Y TIPOS
SISTEMAS DE UNIDADES: CONCEPTO, EQUIVALENCIAS Y TIPOS
MÁQUINAS: CONCEPTO Y TIPOS
MOVIMIENTO: CONCEPTO, LEYES, PRINCIPIOS, CARACTERÍSTICAS Y TIPOS
ENERGÍA: CONCEPTO, LEYES, PRINCIPIOS, MANIFESTACIONES Y TIPOS
SISTEMAS TERMODINÁMICOS: CONCEPTOS Y APLICACIONES
ONDAS: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, TIPOS
FÍSICA MODERNA: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN Y APLICACIONES

4.7 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

UTILIZAR MAGNITUDES FÍSICAS ESCALARES CON BASE EN LOS PRINCIPIOS Y LEYES DE LA FÍSICA.

EXPLICAR LAS VARIABLES QUE INTERVIENEN EN UN SISTEMA TÉRMICO UTILIZANDO HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS.

DESCRIBIR LAS FASES DE OBSERVACIÓN, FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS DE TRABAJO, EXPERIMENTACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LEYES FÍSICAS DE ACUERDO AL CONTEXTO PRODUCTIVO.

REALIZAR EXPERIMENTOS PARA COMPROBAR PRINCIPIOS Y TEORÍAS FÍSICAS TENIENDO EN CUENTA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE ACUERDO AL CONTEXTO PRODUCTIVO.

4.8 PERFIL DEL INSTRUCTOR

4.8.1 Requisitos Académicos:

TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO DE: EDUCACIÓN; O INGENIERÍA QUÍMICA Y AFINES; O QUÍMICA Y AFINES: O FÍSICA O BIOLOGÍA, MICROBIOLOGÍA Y AFINES. (VER ANEXO N.B.C). TARJETA PROFESIONAL EN LOS CASOS EXIGIDOS POR LA LEY.

4.8.2 Experiencia laboral y/o especialización:

VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE LA PROFESIÓN APLICADO EN LAS ÁREAS DE CIENCIAS NATURALES Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA.

4.8.3 Competencias:

COMPETENCIAS COMUNES
ORIENTACIÓN A RESULTADOS
ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO
TRANSPARENCIA
COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1458 DE 2017 ANEXO NO. 2)
1. EXPERTICIA TÉCNICA
2. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN
3. APRENDIZAJE CONTINUO
4. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

4. CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA

4.1 NORMA / UNIDAD DE COMPETENCIA	APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.
4.2 CÓDIGO NORMA DE COMPETENCIA LABORAL	220601501
4.3 NOMBRE DE LA COMPETENCIA	PROTECCIÓN PARA LA SALUD Y EL MEDIO AMBIENTE
4.4 DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE (Horas)	48 horas

4.5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DENOMINACIÓN
RA4 PROPONER ACCIONES DE MEJORA PARA EL MANEJO AMBIENTAL Y EL CONTROL DE LA SST, DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE TRABAJO, COLABORATIVO, COOPERATIVO Y COORDINADO EN EL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
RA1 ANALIZAR LAS ESTRATEGIAS PARA LA PREVENCIÓN Y CONTROL DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES Y DE LOS ACCIDENTES Y ENFERMEDADES LABORALES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y EL ENTORNO SOCIAL.
RA2 IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS PARA EL CONTROL DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES Y DE LOS ACCIDENTES Y ENFERMEDADES DE ACUERDO CON LOS PLANES Y PROGRAMAS ESTABLECIDOS POR LA
RA3 REALIZAR SEGUIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO AL DESARROLLO DE LOS PLANES Y PROGRAMAS AMBIENTALES Y SST, SEGÚN EL ÁREA DE DESEMPEÑO.

4.6 CONOCIMIENTOS

4.6.1 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

DIFERENCIAR LOS ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES ASOCIADOS A SU ENTORNO LABORAL Y SOCIAL
REVISAR LA POLÍTICA AMBIENTAL Y DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO
PONER EN PRÁCTICA LAS ESTRATEGIAS PARA EL CONTROL DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES Y ATEL
IDENTIFICAR LAS CLASES DE PLANES Y PROGRAMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL Y DE SST ESTABLECIDOS PARA LA INTERVENCIÓN DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES Y LOS RIESGOS DE SST
LLEVAR A CABO LAS ACTIVIDADES ESTABLECIDAS EN LOS PLANES Y PROGRAMAS AMBIENTALES Y DE SST, ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
MONITOREAR LA EJECUCIÓN DE LAS ACTIVIDADES PROPIAS DE SU CONTEXTO, ESTABLECIDAS EN LOS PLANES Y PROGRAMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL Y DE SST
RECOMENDAR ACCIONES TENDIENTES A MEJORAR LA GESTIÓN AMBIENTAL Y LA SST
PROMOVER LA CULTURA AMBIENTALMENTE RESPONSABLE, EL DESARROLLO SUSTENTABLE Y EL AUTOCUIDADO EN SU CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO

4.6.2 CONOCIMIENTOS DEL SABER

MEDIO AMBIENTE: CONCEPTO, COMPONENTES, CONSERVACIÓN, ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES, NORMATIVIDAD BÁSICA LEGAL
ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, CLASES SEGÚN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO, PROBLEMÁTICA AMBIENTAL ASOCIADA Y LEGISLACIÓN APLICABLE
POLÍTICAS AMBIENTALES Y DE SST: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, ALCANCE Y CLASES
PLANES DE MANEJO Y GESTIÓN AMBIENTAL: OBJETO, APLICACIÓN Y ESTRUCTURA
PLANES Y PROGRAMAS DE GESTIÓN DE SST: OBJETO, APLICACIÓN Y ESTRUCTURA

SISTEMA DE GESTIÓN Y SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO: CONCEPTOS GENERALES Y MARCO BÁSICO LEGAL, DERECHOS Y DEBERES
DIRECTRICES Y REQUISITOS INTERNOS DEL SISTEMA DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO: REGLAMENTO DE HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL, REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO, PROCEDIMIENTOS DE TRABAJO SEGURO, PROGRAMAS, POLÍTICA DE SEGURIDAD SALUD EN EL TRABAJO Y POLÍTICAS DE PREVENCIÓN DE ALCOHOL Y SUSTANCIAS PSICOACTIVAS
PELIGROS DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO PROPIOS DEL SECTOR ECONÓMICO: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, CLASES, EFECTOS A LA SALUD, MECANISMOS DE CONTROL Y NORMATIVIDAD
LESIONES Y ENFERMEDADES PROPIAS DEL SECTOR ECONÓMICO: CONCEPTOS, CLASES, CAUSAS Y CARACTERÍSTICAS
MEDIDAS DE MANEJO AMBIENTAL: CONCEPTO, PREVENCIÓN, CONTROL Y MITIGACIÓN, ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTACIÓN
PLAN DE EMERGENCIAS Y CONTINGENCIAS: CONCEPTO, CLASES, OBJETO, ALCANCE Y ESTRUCTURA BÁSICA
MONITOREO Y SEGUIMIENTO: CONCEPTO, MÉTODOS Y DOCUMENTACIÓN ASOCIADA
NORMATIVIDAD: REPORTE E INVESTIGACIÓN DE ACCIDENTES DE TRABAJO Y ENFERMEDADES LABORALES
COMITÉS AMBIENTALES Y DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS Y FUNCIONES

4.7 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RELACIONA LA LEGISLACIÓN Y NORMATIVIDAD VIGENTE SOBRE MEDIO AMBIENTE Y SST CON LOS ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES, GROS Y RIESGOS QUE SE PRESENTAN EN SU AMBIENTE DE TRABAJO SEGÚN POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN Y EL ENTORNO LABORAL.

DETERMINA ACCIONES PARA ORIENTAR A SU EQUIPO DE TRABAJO EN LOS PLANES Y PROGRAMAS AMBIENTALES Y DE SST SEGÚN POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

IMPLEMENTA ACCIONES COORDINADAS PARA EL MONITOREO DE LOS PLANES Y PROGRAMAS AMBIENTALES Y DE SST SEGÚN SU ÁREA DE DESEMPEÑO.

FOMENTA LA CULTURA AMBIENTAL RESPONSABLE, EL DESARROLLO SUSTENTABLE Y EL AUTOCUIDADO EN SU CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO DE ACUERDO CON LA INTEGRACIÓN DE LOS DIFERENTES ACTORES RELACIONADOS.

4.8 PERFIL DEL INSTRUCTOR

4.8.1 Requisitos Académicos:

ALTERNATIVA 1
TÍTULO DE TECNÓLOGO EN NÚCLEOS BÁSICOS DE CONOCIMIENTO DE: BIOLOGÍA, MICROBIOLOGÍA Y AFINES; O INGENIERÍA AMBIENTAL, SANITARIA Y AFINES; O SALUD PÚBLICA; O INGENIERÍA INDUSTRIAL Y AFINES. VER ANEXOS: (N.B.C.), (TITULOS SENA). TARJETA PROFESIONAL EN LOS CASOS EXIGIDOS POR LA LEY.

ALTERNATIVA 2
TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EN NÚCLEOS BÁSICOS DE CONOCIMIENTO DE: BIOLOGÍA, MICROBIOLOGÍA Y AFINES; O INGENIERÍA AMBIENTAL, SANITARIA Y AFINES; O EDUCACIÓN; O INGENIERÍA INDUSTRIAL Y AFINES. (VER ANEXO N.B.C). TARJETA PROFESIONAL EN LOS CASOS EXIGIDOS POR LA LEY.

4.8.2 Experiencia laboral y/o especialización:

ALTERNATIVA 1:
TREINTA (30) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DIECIOCHO (18) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA.

ALTERNATIVA 2:
VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE

RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA.

4.8.3 Competencias:

COMPETENCIAS COMUNES
ORIENTACIÓN A RESULTADOS
ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO
TRANSPARENCIA
COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1458 DE 2017 ANEXO NO. 2)
1. EXPERTICIA TÉCNICA
2. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN
3. APRENDIZAJE CONTINUO
4. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

4. CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA	
4.1 NORMA / UNIDAD DE COMPETENCIA	Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa
4.2 CÓDIGO NORMA DE COMPETENCIA LABORAL	260101053
4.3 NOMBRE DE LA COMPETENCIA	ESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN
4.4 DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE (Horas)	288 horas

4.5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DENOMINACIÓN
RA3. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL DE ACUERDO CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. 96H
RA1. ESTRUCTURAR EL BRIEF DE COMUNICACIÓN SEGÚN ESPECIFICACIONES DE LA ORGANIZACIÓN Y COMPORTAMIENTO DEL SEGMENTO. 96H
RA2. ESTABLECER EL PLAN DE ACCIÓN DE ENDOMARKETING DE ACUERDO CON LA IDENTIDAD CORPORATIVA. 96H

4.6 CONOCIMIENTOS

4.6.1 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

RA1.
IDENTIFICAR ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN
FORMULAR LOS OBJETIVOS DEL BRIEF
IDENTIFICAR EL TARGET
INTERPRETAR MENSAJE DEL PRODUCTO Y MARCA

DEFINIR PARTICIPACIÓN DE LA MARCA EN EL MERCADO
DESCRIBIR ESTILO Y TONO DE COMUNICACIÓN DEL MENSAJE
DEFINIR DURACIÓN DE LA CAMPAÑA
ANALIZAR MARCO NORMATIVO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN
IDENTIFICAR PRESUPUESTO
PRESENTAR INFORME

RA2.
INTERPRETAR ANÁLISIS INTERNO DEL ENTORNO
APROPIAR EL BRANDING INTERNO
SELECCIONAR ESTRATEGIAS DE ENDOMARKETING

RA3.
IDENTIFICAR BRIEF DE COMUNICACIÓN
SELECCIONAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTEGRAL
GESTIONAR BRANDING
ESTABLECER PLAN DE ACCIÓN DE COMUNICACIÓN

4.6.2 CONOCIMIENTOS DEL SABER

RA1.
COMUNICACIÓN MARKETING: CONCEPTO, COMPONENTES Y TIPOS
IDENTIDAD VISUAL: CONCEPTO, BENEFICIOS
ADN DE MARCA: CONCEPTO, TIPOS, BENEFICIOS
TARGET: CONCEPTO, TIPOS Y MÉTODOS
MENSAJE: CONCEPTO, ESTRUCTURA, TIPOS Y DESTINATARIOS
AUDIENCIA: CONCEPTO Y TIPOS
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN: CONCEPTO, TIPOS Y COMPONENTES
ESTRATEGIAS ATL: CONCEPTO, TIPOS Y ESTRUCTURA
ESTRATEGIAS BTL: CONCEPTO, TIPOS Y ESTRUCTURA
PROMOCIÓN: CONCEPTO, TIPOS, Y BENEFICIOS
PUBLICIDAD: CONCEPTO, TIPOS, Y BENEFICIOS
RELACIONES PUBLICAS: CONCEPTO Y BENEFICIOS
CANALES DE COMUNICACIÓN: CONCEPTO, TIPOS Y CARACTERÍSTICAS
CAMPAÑA: CONCEPTO Y ESTRUCTURA
FRECUENCIA: CONCEPTO
INTENSIDAD: CONCEPTO
NORMATIVA DE COMUNICACIÓN: CONCEPTO Y COMPOSICIÓN
BRIEF (DOCUMENTO RESUMEN): CONCEPTO, ESTRUCTURA Y MÉTODOS

RA2.
ENDOMARKETING: CONCEPTO, ESTRATEGIAS, ESTRUCTURA Y MÉTODOS
TALENTO HUMANO: CONCEPTO Y FUNCIONES
CLIENTES INTERNOS: CONCEPTO, TIPOS Y COMPORTAMIENTOS
MANUAL CORPORATIVO: CONCEPTO Y ESTRUCTURA
IMAGEN CORPORATIVA: CONCEPTO Y ESTRUCTURA
CLIMA ORGANIZACIONAL: CONCEPTO Y GENERALIDADES
NORMATIVA: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

RA3.
COMUNICACIÓN INTEGRAL: CONCEPTO, ESTRUCTURA Y MÉTODOS
VERBATIM: CONCEPTO, ESTRUCTURA, MÉTODO Y UTILIDAD
INSIGHT: CONCEPTO, ESTRUCTURA, MÉTODO Y UTILIDAD
PERCEPCIÓN: CONCEPTO, IMPORTANCIA

4.7 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA1.
DETERMINA EL TARGET TENIENDO EN CUENTA CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN
SELECCIONA ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN
ESTABLECE TIEMPOS DE DURACIÓN DE LA CAMPAÑA TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS
PRESENTA EL BRIEF DE COMUNICACIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN

RA2.
DETERMINA ACTIVIDADES DE ENDOMARKETING SEGÚN EL CONTEXTO INTERNO DE LA ORGANIZACIÓN
RECONOCE LA IMPORTANCIA DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN
REDACTA PLAN DE ENDOMARKETING SEGÚN PROCEDIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN

RA3.
SELECCIONA LA ESTRATEGIA DE BRANDING DE ACUERDO CON LAS CONDICIONES DEL MERCADO
INTERACTÚA CON CLIENTES EXTERNOS E INTERNOS TENIENDO EN CUENTA PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN
ELABORA EL PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN CARACTERÍSTICAS DE LA MARCA Y EL

4.8 PERFIL DEL INSTRUCTOR

4.8.1 Requisitos Académicos:

TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EN DISCIPLINA ACADÉMICA DEL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO EN: ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA O INGENIERÍA INDUSTRIAL Y AFINES.

ESTAS PROFESIONES DEBEN ESTAR ASOCIADAS A LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN QUE IMPARTIRÁ EN SU DESEMPEÑO Y SE CITAN LOS TÍTULOS OBTENIDOS, NÚCLEOS BÁSICOS DE CONOCIMIENTO Y ÁREAS DE CONOCIMIENTO: INGENIERO DE MERCADOS, INGENIERO FINANCIERO, INGENIERO INDUSTRIAL, ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ECONOMISTA, MERCADÓLOGO, PROFESIONAL EN MERCADEO Y PUBLICIDAD, PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN.

4.8.2 Experiencia laboral y/o especialización:

VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA: DE LOS CUALES DOCE (12) MESES ESTARÁN RELACIONADOS CON EL ÁREA DE MERCADEO, VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN, EN DESARROLLO DEL OBJETO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL A LA QUE SE DEDICA EL CARGO Y DOCE (12) MESES EN LABORES DE DOCENCIA.

4.8.3 Competencias:

COMPETENCIAS COMUNES
ORIENTACIÓN A RESULTADOS
ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO
TRANSPARENCIA
COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1458 DE 2017 ANEXO NO. 2)
1. EXPERTICIA TÉCNICA
2. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN
3. APRENDIZAJE CONTINUO
4. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

4. CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA	
4.1 NORMA / UNIDAD DE COMPETENCIA	Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción
4.2 CÓDIGO NORMA DE COMPETENCIA LABORAL	260101050
4.3 NOMBRE DE LA COMPETENCIA	ORGANIZACIÓN DEL PLAN COMERCIAL
4.4 DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE (Horas)	672 horas

4.5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DENOMINACIÓN
RA3. SELECCIONAR LA ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA CONDICIONES DEL MERCADO. 144H
RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H
RA2. PLANTEAR EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA MARKETING DE ACUERDO CON CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DE MERCADO. 96H
RA4. APLICAR ACCIONES DEL PLAN DE MERCHANDISING EN EL CANAL DE ACUERDO CON OBJETIVOS DE MERCADEO Y NORMATIVA. 192H

4.6 CONOCIMIENTOS

4.6.1 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

RA1.
CARACTERIZAR PRODUCTOS Y SERVICIOS
APLICAR BRANDING A LOS PRODUCTOS
SELECCIONAR EMPAQUE Y ENVASE
IDENTIFICAR EMBALAJE DE PRODUCTOS
APLICAR NORMATIVA DE CALIDAD PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS

RA2.
SELECCIONAR ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA MARKETING
SELECCIONAR CONTENIDOS PARA CAMPAÑA DIGITAL
FIJAR MÉTRICAS

RA3.
IDENTIFICAR CANALES DE DISTRIBUCIÓN
SELECCIONAR CANALES DE DISTRIBUCIÓN
IDENTIFICAR INTERMEDIARIOS
RECONOCER BENEFICIOS DE ACUERDOS COMERCIALES
IDENTIFICAR FORMATOS COMERCIALES
ESTABLECER PROCESOS DE LOGÍSTICA
REALIZAR PROCESOS DE LOGÍSTICA INVERSA
MANEJAR SOFTWARE PARA GEORREFERENCIACIÓN
ELABORAR PLAN DE DISTRIBUCIÓN

RA4.

DETERMINAR REQUERIMIENTOS DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL
IDENTIFICAR SURTIDO A EXHIBIR
VALORAR NIVELES DE EXHIBICIÓN
VALORAR ZONAS DE EXHIBICIÓN
VERIFICAR STOCK DE INVENTARIOS
REALIZAR IMPLANTACIÓN DE PRODUCTOS
DEFINIR ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN
ESTABLECER MERCHANDISING AL PUNTO DE VENTA
REALIZAR EL LAYOUT DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL
MANEJAR SOFTWARE DE GESTIÓN EN EL PUNTO DE VENTA
ESTABLECER LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA
ELABORAR PLAN DE EXHIBICIÓN
REALIZAR PLANES DE MEJORA EN LA EXHIBICIÓN

4.6.2 CONOCIMIENTOS DEL SABER

RA1.
PRODUCTO: CONCEPTO, ATRIBUTOS, CLASIFICACIÓN, CARACTERÍSTICAS, REFERENCIAS Y TIPOS
MEZCLA DE PRODUCTO: CONCEPTO, ESTRUCTURA, CATEGORÍA, LÍNEA DE PRODUCTO, PORTAFOLIO Y CICLO DE VIDA
SERVICIOS: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, CULTURA Y MOMENTOS DE VERDAD
MARCA: SÍMBOLOS, EMBLEMAS, ETIQUETA Y CARACTERES QUE IDENTIFICAN EL NOMBRE
BRANDING (CONSTRUCCIÓN DE MARCA): CONCEPTO, DISEÑO, ELEMENTOS, ESTRUCTURA Y BENEFICIOS
POSICIONAMIENTO: CONCEPTO, ESTRATEGIAS Y BENEFICIOS
CÓDIGOS DE BARRAS: CONCEPTO, TIPOS, CARACTERÍSTICAS
ETIQUETA RFID: CONCEPTO, TIPOS, USOS
EMPAQUE: CONCEPTO, TIPOS, FUNCIONES Y USOS
ENVASE: CONCEPTO, TIPOS, FUNCIONES Y USOS
EMBALAJE: CONCEPTO, TIPOS, FUNCIONES Y USOS
MARKETING GREEN (MERCADEO VERDE): CONCEPTO, MEZCLA, BENEFICIOS, PROCESOS
NORMATIVA: LEGISLACIÓN COMERCIAL VIGENTE, PROPIEDAD INTELECTUAL, PATENTES E INVENCIONES

RA2.
MARKETING DIGITAL: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS Y TÉCNICAS
SOCIAL MEDIA MARKETING (MERCADEO DE REDES SOCIALES): CONCEPTO, PLATAFORMAS, ESTRATEGIAS, MEDIOS Y MÉTRICAS
E BUSINESS: CONCEPTO, TIPOS, CLASES Y BENEFICIOS

RA3.
DISTRIBUCIÓN: CONCEPTO, TIPOS, PLAN, SISTEMAS Y UTILIDADES
CANALES DE DISTRIBUCIÓN: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN, CARACTERÍSTICAS, ESTRUCTURA Y MÉTODOS DE SELECCIÓN
INTERMEDIARIOS: CONCEPTO, TIPOS Y CLASES
ACUERDOS COMERCIALES: CONCEPTO, TIPOS, FUNCIONES
FORMATOS COMERCIALES: CONCEPTO, TIPOS Y CLASIFICACIÓN
LOGÍSTICA: CONCEPTO, FUNCIONES, ACTORES Y BENEFICIOS
LOGÍSTICA INVERSA: CONCEPTO, FUNCIONES, CICLO, ACTORES Y BENEFICIOS
ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN: CONCEPTO, TIPOS, CLASIFICACIÓN
INVENTARIO: CONCEPTO, TIPOS, ROTACIÓN, MÉTODO
STOCK DE INVENTARIOS (EXISTENCIAS): CONCEPTO, BENEFICIOS, UBICACIÓN
SOFTWARE PARA GEORREFERENCIACIÓN: PROCEDIMIENTO DE USO
PLAN DE DISTRIBUCIÓN: CONCEPTO, ESTRUCTURA Y ETAPAS

RA4.
ESTABLECIMIENTO COMERCIAL: CONCEPTO Y TIPOS

PUNTO DE VENTA: CONCEPTOS, TIPOS Y DIMENSIONES
MERCHANDISING: CONCEPTO, EVOLUCIÓN, TIPOS, TÉCNICAS Y APLICABILIDAD
EXHIBICIÓN: CONCEPTO, ZONAS, TIPOS, NIVELES, TÉCNICAS, USOS
LAYOUT (DISTRIBUCIÓN EN PLANTA): CONCEPTO, APLICACIÓN Y FUNCIÓN
PLANOGRAMAS Y PLANIMETRÍA: CONCEPTO, BENEFICIOS, USOS
MOBILIARIO COMERCIAL: CONCEPTO, DISPOSICIÓN, USOS Y CLASIFICACIÓN
ESTRATEGIAS EXHIBICIÓN: CONCEPTO, TIPOS Y CLASIFICACIÓN
VISUAL MERCHANDISING: CONCEPTO, TIPOS, ESTRATEGIAS
VITRINISMO: CONCEPTO, TIPOS, IMPORTANCIA
MARKETING SENSORIAL: CONCEPTO, TIPOS, FUNCIONES, BENEFICIOS
TEORÍA DEL COLOR: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN
SOFTWARE DE GESTIÓN EN EL PUNTO DE VENTA
COMUNICACIÓN COMERCIAL: CONCEPTO, CLASES, USOS Y TIPOS MATERIAL PROMOCIONAL
RECURSOS DE APOYO: CONCEPTOS, TIPOS Y BENEFICIOS
PLAN DE EXHIBICIÓN: CONCEPTO, ESTRUCTURA Y ETAPAS
HERRAMIENTAS DE VERIFICACIÓN: CONCEPTO, TIPOS, BENEFICIOS

4.7 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA1.
SELECCIONA PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON SEGMENTOS DE MERCADO
APROPIA BRANDING DE LOS PRODUCTOS SEGÚN POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN
SELECCIONA EMPAQUE, ENVASE Y EMBALAJE SEGÚN REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN
APLICA PROCESOS DE CALIDAD A LOS PRODUCTOS O SERVICIOS APLICANDO NORMATIVA

RA2.
ESTRUCTURA ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA MARKETING SEGÚN POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN
DETERMINA MÉTRICAS TENIENDO EN CUENTA ESTRATEGIA SELECCIONADA

RA3.
DETERMINA CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON CONDICIONES DEL MERCADO
ESTABLECE BENEFICIOS DE ACUERDOS COMERCIALES SEGÚN NORMATIVA
SELECCIONA FORMATOS COMERCIALES SEGÚN REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN
REALIZA PROCESOS DE LOGÍSTICA Y LOGÍSTICA INVERSA SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO
MANEJA SOFTWARE PARA GEORREFERENCIACIÓN TENIENDO EN CUENTA PROCEDIMIENTOS TÉCNICOS
ELABORA PLAN DE DISTRIBUCIÓN SEGÚN REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN

RA4.
IDENTIFICA REQUERIMIENTOS DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL DE ACUERDO CON POLÍTICAS ORGANIZACIONALES
SELECCIONA ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN DE ACUERDO CON COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
ELABORA PLAN DE EXHIBICIÓN SEGÚN OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN

4.8 PERFIL DEL INSTRUCTOR

4.8.1 Requisitos Académicos:

TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EN DISCIPLINA ACADÉMICA DEL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO EN: ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA O INGENIERÍA INDUSTRIAL Y AFINES.

ESTAS PROFESIONES DEBEN ESTAR ASOCIADAS A LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN QUE IMPARTIRÁ EN SU DESEMPEÑO Y SE CITAN LOS TÍTULOS OBTENIDOS, NÚCLEOS BÁSICOS DE CONOCIMIENTO Y ÁREAS DE CONOCIMIENTO: INGENIERO DE MERCADOS, INGENIERO FINANCIERO, INGENIERO INDUSTRIAL, ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ECONOMISTA, MERCADÓLOGO, PROFESIONAL EN MERCADEO Y PUBLICIDAD, PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN.

4.8.2 Experiencia laboral y/o especialización:

VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA: DE LOS CUALES DOCE (12) MESES ESTARÁN RELACIONADOS CON EL ÁREA DE MERCADEO, VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN, EN DESARROLLO DEL OBJETO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL A LA QUE SE DEDICA EL CARGO Y DOCE (12) MESES EN LABORES DE DOCENCIA.

4.8.3 Competencias:

COMPETENCIAS COMUNES
ORIENTACIÓN A RESULTADOS
ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO
TRANSPARENCIA
COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1458 DE 2017 ANEXO NO. 2)
1. EXPERTICIA TÉCNICA
2. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN
3. APRENDIZAJE CONTINUO
4. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

4. CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA

4.1 NORMA / UNIDAD DE COMPETENCIA	DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
4.2 CÓDIGO NORMA DE COMPETENCIA LABORAL	240201524
4.3 NOMBRE DE LA COMPETENCIA	COMUNICACIÓN
4.4 DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE (Horas)	48 horas

4.5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DENOMINACIÓN
RA2 ARGUMENTAR EN FORMA ORAL Y ESCRITA ATENDIENDO LAS EXIGENCIAS Y PARTICULARIDADES DE LAS DIVERSAS SITUACIONES COMUNICATIVAS MEDIANTE LOS DISTINTOS SISTEMAS DE REPRESENTACIÓN.
RA1 ANALIZAR LOS COMPONENTES DE LA COMUNICACIÓN SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS, INTENCIONALIDAD Y CONTEXTO.
RA4 ESTABLECER PROCESOS DE ENRIQUECIMIENTO LEXICAL Y ACCIONES DE MEJORAMIENTO EN EL DESARROLLO DE PROCESOS COMUNICATIVOS SEGÚN REQUERIMIENTOS DEL CONTEXTO.
RA3 RELACIONAR LOS PROCESOS COMUNICATIVOS TENIENDO EN CUENTA CRITERIOS DE LÓGICA Y RACIONALIDAD.

4.6 CONOCIMIENTOS

4.6.1 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

RECONOCER LA IMPORTANCIA, NATURALEZA Y CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN HUMANA
MANTENER LA ATENCIÓN Y ESCUCHA EN LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN

APLICAR TÉCNICAS PARA LA COMUNICACIÓN VERBAL Y NO VERBAL
USAR EL LÉXICO CON PRECISIÓN Y PROPIEDAD EN LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN
UTILIZAR LA INFORMACIÓN SEGÚN EL PROPÓSITO ESTABLECIDO
APROPIAR UN MÉTODO PARA LEER COMPRENSIVA E INTERPRETATIVAMENTE
ESTABLECER ACUERDOS A PARTIR DE LA DIVERSIDAD DE CONCEPTOS Y OPINIONES
REDACTAR DIFERENTES TIPOS DE TEXTOS APLICANDO REGLAS GRAMATICALES Y ORTOGRÁFICAS
EXPONER EN FORMA ORAL O ESCRITA UN PLANTEAMIENTO UTILIZANDO LOS PRINCIPIOS DE LA ARGUMENTACIÓN

4.6.2 CONOCIMIENTOS DEL SABER

COMUNICACIÓN: CONCEPTO, TIPOS, USOS, MEDIOS, CANALES, TÉCNICAS, PROCESOS CARACTERÍSTICOS, ESCENARIOS, COMPONENTES, FUNCIONES, BARRERAS, NIVELES
EXPRESIÓN CORPORAL: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, GESTOS, POSTURAS, EMOCIONES, SENTIMIENTOS
ACTOS DE HABLA: CONCEPTO, PERCEPCIÓN, OBSERVACIÓN, ESCUCHA ACTIVA, COMUNICACIÓN VERBAL Y NO VERBAL
COMPRENSIÓN DE TEXTOS: CONCEPTO, TÉCNICAS, PROCESOS, NIVELES, CARACTERÍSTICAS, INTERPRETACIÓN, ELEMENTOS
REDACCIÓN DE TEXTOS: TIPOS, USOS, CLASES, PARTES, FORMA, CONTENIDO, INTENCIONALIDAD, TÉCNICAS, MÉTODOS, COHESIÓN, COHERENCIA, SINTAXIS, ORTOGRAFÍA, SIGNOS DE PUNTUACIÓN, SEMÁNTICA, PRINCIPIOS Y CUALIDADES
ARGUMENTACIÓN: CONCEPTO, PROCESOS, ELEMENTOS, CARACTERÍSTICAS, LA PREGUNTA, LA TESIS, EL ARGUMENTO, LA CONCLUSIÓN, LA SÍNTESIS
PROPOSICIÓN: CONCEPTO, PROCESOS, ELEMENTOS, CARACTERÍSTICAS
ESTILO: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, APLICACIÓN
CARÁCTER CONVENCIONAL Y FUNCIÓN SOCIAL DE LOS SIGNOS: CONCEPTO, TIPOS, RELACIONES, USOS, CARÁCTER, INTERPRETACIÓN, CARACTERÍSTICAS, CONTEXTO, ELEMENTOS BÁSICOS DE LA SEMIÓTICA Y SEMIOLOGÍA
PROCESOS DE PENSAMIENTO: CONCEPTO, ANÁLISIS, SÍNTESIS, PROPOSICIÓN, ARGUMENTACIÓN
CONSULTA Y LECTURA: MÉTODOS, TÉCNICAS SELECCIÓN, ORGANIZACIÓN Y ARCHIVO DE INFORMACIÓN EN DIVERSAS FUENTES, NIVELES, ESTRATEGIAS
NORMATIVIDAD: NORMAS ICONTEC PARA LA ELABORACIÓN DE TEXTOS ESCRITOS

4.7 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

ESCUCHA CON ATENCIÓN Y CONCENTRACIÓN, ASIENTE Y PREGUNTA AL HABLANTE-OYENTE PARA RETROALIMENTAR EL PROCESO.

INTERPRETA MENSAJES Y RECONSTRUYE EL DISCURSO CON SUS PROPIAS PALABRAS MANTENIENDO EL SENTIDO.

ESTABLECE ACUERDOS A PARTIR DE LA DIVERSIDAD DE CONCEPTOS Y OPINIONES.

USA EL LÉXICO CON PRECISIÓN Y PROPIEDAD EN LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN RELACIONADOS CON EL ÁREA DE DESEMPEÑO LABORAL.

UTILIZA EL LENGUAJE SEGÚN EL DESTINATARIO, EL PROPÓSITO, EL CONTEXTO Y EL CONTENIDO.

REDACTA TEXTOS CON COHESIÓN Y COHERENCIA SIGUIENDO PAUTAS DE PROGRESIÓN TEMÁTICA.

4.8 PERFIL DEL INSTRUCTOR

4.8.1 Requisitos Académicos:

TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO DE: COMUNICACIÓN SOCIAL, PERIODISMO Y AFINES; O EDUCACIÓN; O LENGUAS MODERNAS, LITERATURA, LINGÜÍSTICA Y AFINES. (VER ANEXO N.B.C). TARJETA PROFESIONAL EN LOS CASOS EXIGIDOS POR LA LEY.

4.8.2 Experiencia laboral y/o especialización:

VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE LA COMUNICACIÓN Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA.

4.8.3 Competencias:

COMPETENCIAS COMUNES
ORIENTACIÓN A RESULTADOS
ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO
TRANSPARENCIA
COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1458 DE 2017 ANEXO NO. 2)
1. EXPERTICIA TÉCNICA
2. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN
3. APRENDIZAJE CONTINUO
4. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

4. CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA

4.1 NORMA / UNIDAD DE COMPETENCIA	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
4.2 CÓDIGO NORMA DE COMPETENCIA LABORAL	210201501
4.3 NOMBRE DE LA COMPETENCIA	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
4.4 DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE (Horas)	48 horas

4.5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DENOMINACIÓN
01- Reconocer el trabajo como factor de movilidad social y transformación vital con referencia a la fenomenología y a los derechos fundamentales en el trabajo.
03- Practicar los derechos fundamentales en el trabajo de acuerdo con la Constitución Política y los Convenios Internacionales.
02- Valorar la importancia de la ciudadanía laboral con base en el estudio de los derechos humanos y fundamentales en el trabajo.
04- Participar en acciones solidarias teniendo en cuenta el ejercicio de los derechos humanos, de los pueblos y de la naturaleza.

4.6 CONOCIMIENTOS

4.6.1 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

Analizar la relación entre el trabajo y el desarrollo humano (1)
Identificar la naturaleza de los derechos humanos y fundamentales del trabajo (1)
Relacionar, en el marco de los derechos humano el desarrollo social, la autonomía y la dignidad (2)
Desarrollar documentos relacionados con los derechos y las obligaciones políticas, prestacionales, sociales, y de bienestar derivadas de las acciones laborales. (2)
Argumentar el ejercicio de los derechos del trabajo como defensa de los mismos y expresión de la ciudadanía laboral. (3)
Dimensionar el ejercicio del derecho a la huelga. (3)
Integrar acciones de solidaridad para la defensa del ser humano, la naturaleza y los valores de la convivencia social y ciudadanía (4)

4.6.2 CONOCIMIENTOS DEL SABER

1. Persona sociedad y Trabajo

- Dignidad humana, democracia, el trabajo, Justicia y paz.
- Desarrollo humano integral.
- Diversidad cultural
- Fenomenología del mundo del trabajo

2. Leyes fundamentales y mandatos legales

- Política. Derechos humanos y Constitución Política de Colombia.
- Principios y derechos de la OIT: Declaración de la O.I.T.
- Derecho a la vida.
- Derechos políticos y civiles.
- Trabajo digno y decente: Definición, análisis del trabajo forzoso u obligatorio.

3. Derechos del trabajo y Ciudadanía laboral

- Derechos del trabajo y su impacto en el desarrollo de la sociedad
- Dialogo social
- Persona sujeta de derechos y deberes en el contexto de los derechos humanos
- Derechos individuales y colectivos del trabajo: Características y campos para el desarrollo del derecho individual y colectivo en el mundo del trabajo
- Mecanismos de protección de los derechos en el trabajo.
- Trabajo Decente: Integración de políticas
- Igualdad de género: equidad y balance de género
- Trabajo forzado y Trabajo Infantil
- Enfoque diferencial, valor ciudadano para la inclusión social
- Discriminación laboral en casos de enfermedades terminales
- Resolución pacífica de los conflictos; negociación colectiva y huelga
- Derechos para la sostenibilidad empresarial: Eficiencia, Eficacia, Efectividad.

4. Ejercicio de los derechos en el trabajo.

- Aplicación de los mecanismos de protección de los derechos en el trabajo.
- Caja de herramientas laborales: salario, prestaciones sociales, seguridad social y contratación.
- Sociedad del Ocio: recreación, deporte, arte cultura, vida familiar.
- Derechos y libertades ciudadanas.

5. Derecho a la Asociación, normatividad nacional e internacional.

- Valores democráticos sobre el sindicalismo. Normatividad nacional e internacional
- Asociaciones sindicales, libertad sindical y derechos asociados.
- Libertad de Asociación y Sindical
- Derecho de Negociación Colectiva: agentes, reconocimiento de la asociación para resolver problemas

6. Derechos de Solidaridad o de los Pueblos

- Relación entre el ser humano, la naturaleza y el planeta.
- Autodeterminación de los pueblos y desarrollo sostenible y seguridad alimentaria.
- Estrategias de desarrollo e impacto ambiental en Colombia.
- Postconflicto y paz
- Apropiación del avance y uso de la ciencia y la tecnología.
- Desarrollo para una vida digna
- Identidad Nacional y Cultural

4.7 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Compara las condiciones del trabajo, en el devenir histórico de la humanidad de acuerdo con los derechos humanos y fundamentales en el trabajo. (1)

- Argumenta los momentos relevantes del devenir histórico de los derechos humanos y fundamentales en el trabajo en la línea del tiempo. (1)
- Selecciona los mecanismos de protección para el ejercicio de la ciudadanía laboral aplicando la normativa. (2)

- Analiza situaciones que repercuten en ejercicio de los derechos fundamentales en el trabajo, desarrollando habilidades de comunicación según técnicas y protocolos. (3)
- Elabora documentos relacionados con las obligaciones económicas, sociales y de bienestar derivadas de las acciones laborales de acuerdo con la normativa. (3)

- Evalúa los resultados de la aplicación de los mecanismos de protección para el ejercicio de la ciudadanía laboral acorde con la normativa (3)

- Propone estrategias de solución de conflictos y negociación de acuerdo con la normativa. (3)

- Justifica la importancia de los derechos de los pueblos y de la solidaridad en el ejercicio de la ciudadanía laboral de acuerdo con la normativa. (4)

- Relaciona, de los derechos de los pueblos y de la solidaridad, la autodeterminación de los pueblos, el desarrollo sostenible, la seguridad alimentaria, el derecho al uso de la ciencia y la tecnología y la paz en función de los indicadores de desarrollo humano. (4)

- Propone acciones de defensa relacionadas con la autodeterminación de los pueblos, el desarrollo sostenible, la seguridad alimentaria, el derecho al uso de la ciencia y la tecnología y la paz en función de los indicadores del desarrollo humano. (4)

4.8 PERFIL DEL INSTRUCTOR

4.8.1 Requisitos Académicos:

Certificado de Aptitud Profesional ¿ SENA, o certificado por autoridad competente en cualquiera de las nueve áreas de desempeño de la CNO y en el nivel ocupacional 2,3 o 4 (Ver anexo C. N.O)

Alternativa 1.
Certificado de técnico, o certificado por autoridad competente en cualquiera de las nueve áreas de desempeño de la CNO y en el nivel ocupacional 3 o 4 (Ver anexo C. N.O)

Alternativa 2
Título de Técnico Profesional en cualquiera de los 55 núcleos básicos de conocimiento, o en NULL o Sin clasificar. Ver anexos: (N.B.C.), (TITULOS SENA).

Alternativa 3
Título de Tecnólogo en cualquiera de los 55 núcleos básicos de conocimiento, o en NULL o Sin clasificar. Ver anexos: (N.B.C.), (TITULOS SENA)

Alternativa 4
Título Profesional universitario en cualquiera de los 55 núcleos básicos de conocimiento, o en NULL o Sin clasificar. (Ver anexo N.B.C) Tarjeta profesional en los casos exigidos por la Ley

4.8.2 Experiencia laboral y/o especialización:

Cuarenta y ocho (48) meses de experiencia relacionada distribuida así:
Treinta y seis (36) meses de experiencia relacionada con el ejercicio de los derechos humanos y fundamentales del trabajo y doce (12) meses en docencia o instrucción certificada por entidad legalmente reconocida.

Alternativa 1.
Cuarenta y dos (42) meses de experiencia relacionada distribuida así:
Treinta (30) meses de experiencia relacionada con el ejercicio de los derechos humanos y fundamentales del trabajo y Doce (12) meses en docencia o instrucción certificada por entidad legalmente reconocida.

Alternativa 2
Treinta y seis (36) meses de experiencia relacionada distribuida así:
Veinticuatro (24) meses de experiencia relacionada con el ejercicio de los derechos humanos y fundamentales del trabajo y doce (12) meses en docencia o instrucción certificada por entidad legalmente reconocida

Alternativa 3
Treinta (30) meses de experiencia relacionada distribuida así:
Dieciocho (18) meses de experiencia relacionada con el ejercicio de los derechos humanos y fundamentales del trabajo y doce (12) meses en docencia o instrucción certificada por entidad legalmente reconocida

Alternativa 4
Veinticuatro (24) meses de experiencia relacionada distribuida así:
Doce (12) meses de experiencia relacionada con el ejercicio de los derechos humanos y fundamentales del trabajo y doce (12) meses en docencia o instrucción certificada por entidad legalmente reconocida

4.8.3 Competencias:

1. Crea espacios pedagógicos de reflexión y apropiación para la valoración de los derechos y deberes en el trabajo
2. Interpreta la relación entre el trabajo y el desarrollo humano.
3. Identifica la naturaleza de los derechos humanos y del trabajo.
4. Genera procesos de interacción social interacciones en el marco de los derechos humanos y laborales para el desarrollo social para el desarrollo de con autonomía y dignidad.
5. Implementa acciones para la elaboración el diligenciamiento de documentos relacionados con la política pública, de salarios y los acuerdos internacionales de la OIT y los derechos económicos, sociales y de bienestar derivadas de las acciones laborales.
6. Argumenta los derechos el ejercicio de los derechos fundamentales del trabajo y los mecanismos de protección como

7. Organiza acciones pedagógicas para la aplicación de los principios de los derechos de asociación.
8. Integra acciones de solidaridad para la defensa del ser humano, la naturaleza y la cultura de la paz. y los valores de la convivencia la paz y la ciudadana

4. CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA

4.1 NORMA / UNIDAD DE COMPETENCIA	Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
4.2 CÓDIGO NORMA DE COMPETENCIA LABORAL	240201526
4.3 NOMBRE DE LA COMPETENCIA	ÉTICA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA CULTURA DE PAZ
4.4 DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE (Horas)	48 horas

4.5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DENOMINACIÓN
RA2 ESTABLECER RELACIONES DE CRECIMIENTO PERSONAL Y COMUNITARIO A PARTIR DEL BIEN COMÚN COMO APORTE PARA EL DESARROLLO SOCIAL.
RA4 CONTRIBUIR CON EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA DE PAZ A PARTIR DE LA DIGNIDAD HUMANA Y LAS ESTRATEGIAS PARA LA TRANSFORMACIÓN DE CONFLICTOS.
RA1 PROMOVER MI DIGNIDAD Y LA DEL OTRO A PARTIR DE LOS PRINCIPIOS Y VALORES ÉTICOS COMO APORTE EN LA INSTAURACIÓN DE UNA CULTURA DE PAZ.
RA3 PROMOVER EL USO RACIONAL DE LOS RECURSOS NATURALES A PARTIR DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD Y SUSTENTABILIDAD ÉTICA Y NORMATIVA VIGENTE.

4.6 CONOCIMIENTOS

4.6.1 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

ESTABLECER COMUNICACIÓN CONSTRUCTIVA
RESPETAR AL OTRO
FIJAR EL PROYECTO DE VIDA
RECLAMAR DERECHOS DE DIGNIDAD
USAR LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA PARA MEJORAR MI CALIDAD DE VIDA
EXIGIR RECONOCIMIENTO EN FUNCIÓN DE MI PRESENCIA PROTAGÓNICA EN LA SOCIEDAD
RECONOCER EL VALOR INTRÍNSECO DE CADA PERSONA
MANTENER EL VALOR DE MI DIGNIDAD Y LA DIGNIDAD DEL OTRO
RECONOCER LA AUTONOMÍA PERSONAL Y DEL OTRO
RECONOCER MIS DIFERENCIAS E IGUALDADES CON EL OTRO
PRACTICAR CON HECHOS EL RESPETO CONMIGO MISMO Y CON LOS DEMÁS
APLICAR LA CAPACIDAD DE ESCUCHA
RESPETAR LA OPINIÓN E IDEAS DEL OTRO
APLICAR ESTILOS DE COMUNICACIÓN
PRACTICAR CON HECHOS EL RESPETO A LOS DEMÁS
RESPETAR LA PRIVACIDAD DEL OTRO

RESPETAR LAS CREENCIAS
RESPETAR LUGARES DE ENCUENTRO COMUNITARIO
PRACTICAR ACTOS DE RESPETO
RESPETAR LAS NORMAS SOCIALES
CONVIVIR EN COMUNIDAD
ASUMIR COMPORTAMIENTO DE CULTURA CIUDADANA
EJERCER ROL PROTAGÓNICO EN EL DESARROLLO SOCIAL
FORTALECER COMPETENCIAS DE LIDERAZGO
DESARROLLAR PROYECTOS SOCIALES
DESARROLLAR EL SENTIDO DE PERTENENCIA
ESTABLECER PROCESOS DE COMUNICACIÓN CONSTRUCTIVA
IDENTIFICAR LOS HECHOS DE VIOLENCIA EN MI HISTORIA DE VIDA
RECONOCER LA IMPORTANCIA DEL DESARROLLO DE UNA CULTURA DE PAZ
IDENTIFICAR ESTRATEGIAS DE RECONCILIACIÓN
APLICAR ESTRATEGIAS DE RECONCILIACIÓN
ESTABLECER RELACIONES CONSTRUCTIVAS Y RESPETUOSAS
ESTABLECER RELACIONES INTERPERSONALES
ASUMIR ACTITUDES CRÍTICAS CONSTRUCTIVAS Y ARGUMENTATIVAS
ESTABLECER GESTOS DE SOLIDARIOS
GENERAR PROCESOS DE CONSTRUCCIÓN DE PAZ EN EL NÚCLEO FAMILIAR
ESTABLECER RELACIONES INTERPERSONALES A PARTIR DE UNA COMUNICACIÓN ASERTIVA, TOLERANCIA Y SOLIDARIDAD
APLICAR NORMATIVA VIGENTE EN RELACIÓN CON DERECHOS HUMANOS Y DERECHO INTERNACIONAL HUMANITARIO

4.6.2 CONOCIMIENTOS DEL SABER

HOMBRE: CONCEPTO, SUJETO MORAL, SUJETO ÉTICO, SER RACIONAL
CONCEPTO DE NATURALEZA HUMANA, DIGNIDAD HUMANA, ACTOS HUMANOS, ACCIONES HUMANAS, LIBERTAD, LEY NATURAL, LEY POSITIVA Y MORAL
AXIOLOGÍA: CONCEPTO, JERARQUÍA DE VALORES
ÉTICA: CONCEPTO Y APLICABILIDAD
TRABAJO: CONCEPTO, SISTEMA DE RELACIONES
RELACIONES SOCIALES: CONCEPTO, CLASES
RECONCILIACIÓN: CONCEPTO, CONDICIONES
TRABAJO EN EQUIPO: CONTEXTUALIZACIÓN, ALCANCE, TÉCNICAS, FUNDAMENTOS Y VENTAJAS
RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS: CONTEXTUALIZACIÓN, DESTREZAS, TÉCNICAS Y TEORÍAS
COMUNICACIÓN ASERTIVA: CONTEXTUALIZACIÓN, ESTRATEGIAS, FUNDAMENTOS, TIPOS Y TÉCNICAS
LIDERAZGO: CONCEPTO, TENDENCIAS Y GENERALIDADES
INTELIGENCIA EMOCIONAL: CONCEPTO, ALCANCE Y TÉCNICAS
COACHING: CONCEPTO, ALCANCE Y TÉCNICAS BÁSICAS
PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA: CONCEPTO, ALCANCE, TÉCNICAS BÁSICAS
TOMA DE DECISIONES: CONCEPTO, MODELOS, ESTRATÉGICAS Y ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y ALCANCE
RELACIONES INTERPERSONALES: CONCEPTO Y ALCANCE
CONTEXTO DEL CONFLICTO: CONCEPTO, CONTEXTO SOCIAL Y POLÍTICO, CONFLICTO ARMADO
CONCEPTO DE PAZ, VIOLENCIA. CONFLICTO, RESPETO, FAMILIA, DIÁLOGO Y CONCERTACIÓN
JUSTICIA: CONCEPTO, CLASES
EQUIDAD: CONCEPTO, APLICACIONES
CONCEPTO Y FORMAS DE GOBIERNO, SOCIEDAD, ESTADO, PAÍS, CONSTITUCIÓN, GOBERNALIDAD, Y DEMOCRACIA
CONVIVENCIA: CONCEPTO, LIBERTAD, CRITICIDAD, NEGOCIACIÓN FRENTE AL CONFLICTO, REPARACIÓN Y REINTEGRACIÓN
DERECHOS HUMANOS: CONCEPTO, NORMATIVA VIGENTE
DERECHO INTERNACIONAL HUMANITARIO: CONCEPTO, NORMATIVA VIGENTE
AUTOESTIMA, AUTONOMÍA, AUTOCONTROL, AUTOCUIDADO

COMUNICACIÓN: ACCIÓN INSTRUMENTAL, ACCIÓN ESTRATÉGICA Y ACCIÓN COMUNICATIVA
HABILIDADES PARA LA VIDA Y PARA LA CONVIVENCIA: AUTOCONOCIMIENTO, EMPATÍA, COMUNICACIÓN ASERTIVA, RELACIONES INTERPERSONALES, TOMA DE DECISIONES, SOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y DE CONFLICTOS, PENSAMIENTO CREATIVO, PENSAMIENTO CRÍTICO, MANEJO DE EMOCIONES Y SENTIMIENTOS, MANEJO DE TENSIONES Y ESTRÉS
PARTICIPACIÓN CIUDADANA: CONCEPTO, MECANISMOS E INSTANCIAS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA, BIEN COMÚN, ALTERIDAD Y GÉNERO, PROCESO DE SOCIABILIDAD HUMANA, REPRESENTACIONES SOCIALES O IMAGINARIOS CULTURALES, CULTURAS EMERGENTES, ROLES SOCIALES.
RESPONSABILIDAD SOCIAL: CONCEPTO, ESTRATEGIAS PARA GENERAR UNA CULTURA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

4.7 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

DEFINE SU PROYECTO DE VIDA DE ACUERDO A LOS CRITERIOS DE DIGNIDAD, DE RESPETO, CREENCIAS, ECOLOGÍA Y CULTURA.

RECONOCE SU VALOR Y EL VALOR DEL OTRO DE ACUERDO A LOS PRINCIPIOS DE DIGNIDAD Y CONSTRUCCIÓN CULTURAL Y AUTONOMÍA.

UTILIZA HERRAMIENTAS QUE PERMITEN LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN DIFERENTES ENTORNOS TENIENDO EN CUENTA LA PEDAGOGÍA PARA LA PAZ.

CONSTRUYE RELACIONES INTERPERSONALES A PARTIR DEL ENFOQUE DIFERENCIAL Y LA PROMOCIÓN DE UNA CULTURA DE PAZ.

CAMBIA ACTITUDES FRENTE A SU COMPORTAMIENTO CON BASE EN LA DIGNIDAD, APORTANDO A LA CULTURA DE PAZ.

MODIFICA ACTITUDES COMPORTAMENTALES A PARTIR DE LA RESOLUCIÓN PACÍFICA DE CONFLICTOS.

APLICA ACCIONES DE PREVENCIÓN DE ACCIONES VIOLENTAS CON BASE EN ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN ASERTIVA.

EVIDENCIA RESPETO POR EL BIEN COMÚN, LA ALTERIDAD Y EL DIÁLOGO CON EL OTRO CON BASE EN PRINCIPIOS AXIOLÓGICOS.

4.8 PERFIL DEL INSTRUCTOR

4.8.1 Requisitos Académicos:

ALTERNATIVA 1
TÍTULO DE TECNÓLOGO EN NÚCLEOS BÁSICOS DE CONOCIMIENTO DE: SOCIOLOGÍA, TRABAJO SOCIAL Y AFINES; O CIENCIA POLÍTICA, RELACIONES INTERNACIONALES. VER ANEXOS: (N.B.C.), (TITULOS SENA).

ALTERNATIVA 2
TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EN NÚCLEOS BÁSICOS DE CONOCIMIENTO DE: ANTROPOLOGÍA, ARTES LIBERALES; O SOCIOLOGÍA, TRABAJO SOCIAL Y AFINES; O CIENCIA POLÍTICA, RELACIONES INTERNACIONALES; O EDUCACIÓN; O FILOSOFÍA, TEOLOGÍA Y AFINES; O PSICOLOGÍA; O DERECHO Y AFINES. (VER ANEXO N.B.C). TARJETA PROFESIONAL EN LOS CASOS EXIGIDOS POR LA LEY.

4.8.2 Experiencia laboral y/o especialización:

ALTERNATIVA 1
TREINTA (30) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DIECIOCHO (18) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE LA INTERACCIÓN CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS, CON LA NATURALEZA Y CON LA TRASCENDENCIA Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA.

ALTERNATIVA 2
VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE LA INTERACCIÓN CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS, CON LA NATURALEZA Y CON LA TRASCENDENCIA Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA.

4.8.3 Competencias:

COMPETENCIAS COMUNES
ORIENTACIÓN A RESULTADOS
ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO
TRANSPARENCIA
COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1458 DE 2017 ANEXO NO. 2)
1. EXPERTICIA TÉCNICA
2. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN
3. APRENDIZAJE CONTINUO
4. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

4. CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA	
4.1 NORMA / UNIDAD DE COMPETENCIA	Evaluar estrategias de mercadeo de acuerdo con objetivos comerciales
4.2 CÓDIGO NORMA DE COMPETENCIA LABORAL	260101009
4.3 NOMBRE DE LA COMPETENCIA	EVALUACIÓN DE RESULTADOS DE ACCIONES DE MERCADEO
4.4 DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE (Horas)	192 horas

4.5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DENOMINACIÓN
RA2. VALIDAR LOS RESULTADOS DEL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA ORGANIZACIÓN. 96H
RA1. SELECCIONAR TÉCNICA DE EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA EL PLAN DE MERCADEO SEGÚN POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN. 96H

4.6 CONOCIMIENTOS

4.6.1 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

RA1.
IDENTIFICAR CRITERIOS DE EVALUACIÓN
COMPARAR VARIABLES DE EVALUACIÓN
VERIFICAR PROTOCOLO DE EVALUACIÓN

RA2.

SELECCIONAR INDICADORES DE GESTIÓN
PRIORIZA INFORMACIÓN DE INDICADORES
INTERPRETAR INDICADORES
ELABORAR INFORME DE INDICADORES DE MERCADEO

4.6.2 CONOCIMIENTOS DEL SABER

RA1.
EVALUACIÓN: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, SISTEMAS, IMPORTANCIA, PROGRAMAS, PROCEDIMIENTOS, APLICACIÓN
DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL: CONCEPTO Y ELEMENTOS
CRITERIOS: CONCEPTO Y TIPOS
PARÁMETROS DE EVALUACIÓN: CONCEPTO
VARIABLES: CONCEPTO, TIPOS Y CARACTERÍSTICAS
PRODUCTIVIDAD: CONCEPTO E IMPORTANCIA
EFICIENCIA: CONCEPTO E IMPORTANCIA
EFICACIA: CONCEPTO E IMPORTANCIA
EFECTIVIDAD: CONCEPTO E IMPORTANCIA
COMPETITIVIDAD: CONCEPTO E IMPORTANCIA
CONTROL DE GESTIÓN DE MERCADEO: CONCEPTO E IMPORTANCIA
AUDITORIA DE MERCADEO: CONCEPTO E IMPORTANCIA

RA2.
VALIDACIÓN: CONCEPTO E IMPORTANCIA
PLAN DE CONTINGENCIA: CONCEPTO
PROTOCOLO: CONCEPTO, TIPOS Y PROCESOS
INDICADOR: CONCEPTO, TIPOS, ATRIBUTOS, CRITERIOS DE SELECCIÓN Y CALCULO
MEDICIÓN: CONCEPTO
MÉTRICA: CONCEPTO, ATRIBUTOS Y CLASES
TASA DE RETENCIÓN: CONCEPTO
GRADO DE SATISFACCIÓN: CONCEPTO
RETORNO SOBRE LA INVERSIÓN: CONCEPTO Y APLICACIONES
SELECCIÓN DE INDICADORES: CONCEPTO, PROCESOS, PERTINENCIA, LIMITANTES Y HERRAMIENTAS
INFORME: CONCEPTO, TIPOS, ELEMENTOS, PROPUESTA Y CONCLUSIONES

4.7 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA1.
IDENTIFICA LA TÉCNICA DE EVALUACIÓN TENIENDO EN CUENTA PROCEDIMIENTOS ORGANIZACIONALES
ESTABLECE VARIABLES CUALITATIVAS Y CUANTITATIVAS PARA LA EVALUACIÓN DE ACCIONES DE MERCADEO SEGÚN OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN

RA2.
DETERMINA INDICADORES PARA MEDICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO SEGÚN LAS METAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN
CONFRONTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN CON RESULTADOS OBTENIDOS A PARTIR DEL ANÁLISIS DE INDICADORES

4.8 PERFIL DEL INSTRUCTOR

4.8.1 Requisitos Académicos:

TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EN DISCIPLINA ACADÉMICA DEL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO EN: ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA O INGENIERÍA INDUSTRIAL Y AFINES.

ESTAS PROFESIONES DEBEN ESTAR ASOCIADAS A LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN QUE IMPARTIRÁ EN SU DESEMPEÑO Y SE CITAN LOS TÍTULOS OBTENIDOS, NÚCLEOS BÁSICOS DE CONOCIMIENTO Y ÁREAS DE

CONOCIMIENTO: INGENIERO DE MERCADOS, INGENIERO FINANCIERO, INGENIERO INDUSTRIAL, ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ECONOMISTA, MERCADÓLOGO, PROFESIONAL EN MERCADEO Y PUBLICIDAD, PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN.

4.8.2 Experiencia laboral y/o especialización:

VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA: DE LOS CUALES DOCE (12) MESES ESTARÁN RELACIONADOS CON EL ÁREA DE MERCADEO, VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN, EN DESARROLLO DEL OBJETO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL A LA QUE SE DEDICA EL CARGO Y DOCE (12) MESES EN LABORES DE DOCENCIA.

4.8.3 Competencias:

COMPETENCIAS COMUNES
ORIENTACIÓN A RESULTADOS
ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO
TRANSPARENCIA
COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1458 DE 2017 ANEXO NO. 2)
1. EXPERTICIA TÉCNICA
2. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN
3. APRENDIZAJE CONTINUO
4. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

4. CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA	
4.1 NORMA / UNIDAD DE COMPETENCIA	Formular el plan según objetivos y metodologías
4.2 CÓDIGO NORMA DE COMPETENCIA LABORAL	260101061
4.3 NOMBRE DE LA COMPETENCIA	PREPARACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO
4.4 DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE (Horas)	576 horas

4.5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE
DENOMINACIÓN
RA2. INVESTIGAR MERCADOS TENIENDO EN CUENTA LAS NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN. 240H
RA3. SELECCIONAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN. 144H
RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H
4.6 CONOCIMIENTOS
4.6.1 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

RA1.
ANALIZAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO
DETERMINAR VARIABLES DE MERCADEO
UTILIZAR HERRAMIENTAS DIAGNÓSTICAS
ELABORAR INFORME DE DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

RA2.
DETERMINAR NECESIDADES DE INFORMACIÓN
IDENTIFICAR FUENTES DE INFORMACIÓN
ESTABLECER TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
DETERMINAR INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
DETERMINAR EL TAMAÑO LA MUESTRA
ESTRUCTURAR EL TRABAJO DE CAMPO
RECOLECTAR LA INFORMACIÓN
TABULAR DATOS
ANALIZAR INFORMACIÓN
MANEJAR SOFTWARE PARA ESTADÍSTICA
REALIZAR INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
ANALIZAR INFORME DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

RA3.
IDENTIFICAR INFORME DE ANÁLISIS SITUACIONAL
DESCRIBIR ESTRATEGIAS DE MERCADEO
APLICAR HERRAMIENTAS PARA LA SELECCIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO
ELEGIR ESTRATEGIAS DE MERCADEO
ELABORAR PLAN DE ACCIÓN

4.6.2 CONOCIMIENTOS DEL SABER

RA1.
PLATAFORMA ESTRATÉGICA: CONCEPTO, METODOLOGÍAS, CARACTERÍSTICAS Y COMPONENTES
ORGANIZACIÓN: CONCEPTO, TIPOS, CONSTITUCIÓN Y NORMATIVA
DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO: CONCEPTO, ESTRATEGIAS Y FASES
ENTORNO ORGANIZACIONAL: CONCEPTOS Y VARIABLES
MACROAMBIENTE: CONCEPTO Y VARIABLES
MICROAMBIENTE: CONCEPTO Y VARIABLES
ANÁLISIS SITUACIONAL: CONCEPTO, VARIABLES Y METODOLOGÍA
HERRAMIENTAS DIAGNÓSTICAS: CONCEPTO, TIPOS, MATRICES
NORMAS ISO: CONCEPTO, CLASES
MEZCLA DE MERCADEO: CONCEPTO Y VARIABLES

RA2.
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: CONCEPTO, PROCESO, PASOS, IMPORTANCIA
INFORMACIÓN: CONCEPTO Y TIPOS
NECESIDAD: CONCEPTO
FUENTES DE INFORMACIÓN: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS Y TIPOS
TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN: CONCEPTO Y TIPOS
INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN: CONCEPTO, CLASES Y ESTRUCTURA
MUESTREO: CONCEPTO Y TÉCNICAS
MUESTRA: CONCEPTO
ESTADÍSTICA: CONCEPTO, MÉTODOS, TIPOS Y USOS
SOFTWARE PARA ESTADÍSTICA: PROCEDIMIENTO DE USO
TRABAJO DE CAMPO: METODOLOGÍA, SEGUIMIENTO, ESTRUCTURA Y PROTOCOLOS
TABULACIÓN: CONCEPTO, TIPOS Y HERRAMIENTAS
DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS: CONCEPTO Y ESTRUCTURA

GRÁFICAS: ESTRUCTURA Y TIPOS
TABLAS: ESTRUCTURA Y PROCESO
ANÁLISIS: CONCEPTO, TIPOS, ALCANCES, ESTRUCTURA
INFORME DE INVESTIGACIÓN: CONCEPTO, PASOS Y ESTRUCTURA

RA3.
PLAN DE MERCADEO: CONCEPTO, HERRAMIENTAS, ESTRUCTURA Y ETAPAS
MERCADEO: CONCEPTO, OBJETIVO Y BENEFICIOS
ESTRATEGIAS: CONCEPTO, TIPOS, METODOLOGÍA, HERRAMIENTAS Y MATRICES
PLANES DE ACCIÓN: CONCEPTO, HERRAMIENTAS, ESTRUCTURA Y VARIABLES

4.7 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA1.
DESCRIBE ANÁLISIS SITUACIONAL TENIENDO EN CUENTA TENDENCIAS DEL ENTORNO
RELACIONA LAS VARIABLES DE MERCADEO SEGÚN ENTORNO ORGANIZACIONAL

RA2.
DETERMINA LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN SEGÚN LA SITUACIÓN
RECOPILA INFORMACIÓN DEL MERCADO CUMPLIENDO CON METODOLOGÍAS Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN
ESTRUCTURA INFORME DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON EL PROBLEMA PLANTEADO

RA3.
IDENTIFICA ESTRATEGIAS DE MERCADEO SEGÚN LOS RESULTADOS DEL ANÁLISIS SITUACIONAL
PROPONE ESTRATEGIAS DE ACUERDO CON METODOLOGÍAS DE ANÁLISIS
ESTRUCTURA PLAN DE ACCIÓN DE ACUERDO CON LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y RECURSOS

4.8 PERFIL DEL INSTRUCTOR

4.8.1 Requisitos Académicos:

TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EN DISCIPLINA ACADÉMICA DEL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO EN: ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA O INGENIERÍA INDUSTRIAL Y AFINES.

ESTAS PROFESIONES DEBEN ESTAR ASOCIADAS A LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN QUE IMPARTIRÁ EN SU DESEMPEÑO Y SE CITAN LOS TÍTULOS OBTENIDOS, NÚCLEOS BÁSICOS DE CONOCIMIENTO Y ÁREAS DE CONOCIMIENTO: INGENIERO DE MERCADOS, INGENIERO FINANCIERO, INGENIERO INDUSTRIAL, ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ECONOMISTA, MERCADÓLOGO, PROFESIONAL EN MERCADEO Y PUBLICIDAD, PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN.

4.8.2 Experiencia laboral y/o especialización:

VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA: DE LOS CUALES DOCE (12) MESES ESTARÁN RELACIONADOS CON EL ÁREA DE MERCADEO, VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN, EN DESARROLLO DEL OBJETO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL A LA QUE SE DEDICA EL CARGO Y DOCE (12) MESES EN LABORES DE DOCENCIA.

4.8.3 Competencias:

COMPETENCIAS COMUNES
ORIENTACION A RESULTADOS
ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO
TRANSPARENCIA
COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1458 DE 2017 ANEXO NO. 2)

3. APRENDIZAJE CONTINUO
4. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

4. CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA	
4.1 NORMA / UNIDAD DE COMPETENCIA	GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
4.2 CÓDIGO NORMA DE COMPETENCIA LABORAL	230101507
4.3 NOMBRE DE LA COMPETENCIA	ACTIVIDAD FÍSICA Y HÁBITOS DE VIDA SALUDABLE
4.4 DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE (Horas)	48 horas

4.5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DENOMINACIÓN
RA2 PRACTICAR HÁBITOS SALUDABLES MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FUNDAMENTOS DE NUTRICIÓN E
RA1 DESARROLLAR HABILIDADES PSICOMOTRICES EN EL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
RA4 IMPLEMENTAR UN PLAN DE ERGONOMÍA Y PAUSAS ACTIVAS SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LA FUNCIÓN PRODUCTIVA.
RA3 EJECUTAR ACTIVIDADES DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO ORIENTADAS HACIA EL MEJORAMIENTO DE LA CONDICIÓN FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVO Y SOCIAL.

4.6 CONOCIMIENTOS

4.6.1 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

IDENTIFICAR CONCEPTOS BÁSICOS DE ANATOMÍA Y FISIOLOGÍA
APLICAR CONCEPTOS BÁSICOS DE LA MIOLOGÍA HUMANA EN EL ANÁLISIS DEL MOVIMIENTO
INTERPRETAR LOS FUNDAMENTOS DE ESTILO DE VIDA SALUDABLE, HIGIENE Y NUTRICIÓN
ADMINISTRAR UN PLAN DE HIGIENE CORPORAL DENTRO DEL CONTEXTO PRODUCTIVO
EJECUTAR RUTINAS DE EJERCICIO FÍSICO
ESTABLECER PAUSAS DE ACUERDO CON CARGAS DE TRABAJO Y TIEMPOS DE ACTIVIDAD FÍSICA
IDENTIFICAR LAS TÉCNICAS DE COORDINACIÓN MOTRIZ RELACIONADAS CON SU PERFIL OCUPACIONAL
SELECCIONAR TÉCNICAS QUE LE PERMITEN POTENCIAR SU CAPACIDAD DE REACCIÓN MENTAL Y MEJORAR SUS DESTREZAS MOTORAS
APLICAR CONCEPTOS BÁSICOS DE ERGONOMÍA Y PAUSAS ACTIVAS
DISCRIMINAR EJERCICIOS ESPECÍFICOS PARA LA PREVENCIÓN DE RIESGOS ERGONÓMICOS

4.6.2 CONOCIMIENTOS DEL SABER

FUNDAMENTOS DE ANATOMÍA Y FISIOLOGÍA
CONCEPTOS, CARACTERÍSTICAS Y ESTILOS DE VIDA SALUDABLE
CONCEPTOS DE HIGIENE Y SU APLICABILIDAD
CONCEPTOS DE NUTRICIÓN, BASES FUNDAMENTALES Y PLANES NUTRICIONALES SEGÚN ACTIVIDAD

FUNDAMENTOS DE MIOLOGÍA Y ANÁLISIS DEL MOVIMIENTO
DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS, COMPONENTES Y VENTAJAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA
DEFINICIÓN, CLASES, CONDICIÓN, TIEMPOS DE APLICACIÓN, BENEFICIOS DEL EJERCICIO FÍSICO
CONCEPTUALIZACIÓN Y USO DE LA FICHA ANTROPOMÉTRICA
CARACTERÍSTICAS DE LA FRECUENCIA CARDIACA
DEFINICIÓN, CLASES Y CARACTERÍSTICAS DE LOS TEST FÍSICO ATLÉTICOS
DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL ACONDICIONAMIENTO FÍSICO
APLICACIÓN DE SERIES, REPETICIONES Y CARGAS DE TRABAJO EN EL EJERCICIO FÍSICO
DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA DESTREZA MOTORA
CONCEPTUALIZACIÓN Y CONDICIONANTES DE LA PSICOMOTRICIDAD
DEFINICIÓN DE MOTRICIDAD Y SU CLASIFICACIÓN, BENEFICIOS
APLICABILIDAD DE LA ERGONOMÍA Y LA ACTIVIDAD FÍSICA
POSTURAS, CLASIFICACIÓN, MANEJO DE CARGAS Y PLANES POSTURALES
REHABILITACIÓN Y PLAN DE TRABAJO
PAUSAS ACTIVAS, CONCEPTOS Y PRÁCTICAS
USO ADECUADO DEL TIEMPO LIBRE

4.7 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RECONOCE FUNDAMENTOS DE ESTILO DE VIDA SALUDABLE, HIGIENE Y NUTRICIÓN EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVO Y SOCIAL

DESARROLLA RUTINAS DE EJERCICIO FÍSICO SEGÚN LAS NECESIDADES DE LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL

CLASIFICA CONCEPTOS BÁSICOS DE ERGONOMÍA Y PAUSAS ACTIVAS DE ACUERDO CON LA NATURALEZA DE LA FUNCIÓN PRODUCTIVA

4.8 PERFIL DEL INSTRUCTOR

4.8.1 Requisitos Académicos:

ALTERNATIVA 1
TÍTULO DE TECNÓLOGO EN EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO DE: DEPORTES, EDUCACIÓN FÍSICA Y RECREACIÓN VER ANEXOS: (N.B.C.), (TITULOS SENA).

ALTERNATIVA 2
TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO DE: DEPORTES, EDUCACIÓN FÍSICA Y RECREACIÓN; O EDUCACIÓN FÍSICA Y AFINES; O EDUCACIÓN (VER ANEXO N.B.C)
TARJETA PROFESIONAL EN LOS CASOS EXIGIDOS POR LA LEY.

4.8.2 Experiencia laboral y/o especialización:

ALTERNATIVA 1
TREINTA (30) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DIECIOCHO (18) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE CULTURA FÍSICA Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA

ALTERNATIVA 2
VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE LA CULTURA FÍSICA Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA.

4.8.3 Competencias:

COMPETENCIAS COMUNES
ORIENTACIÓN A RESULTADOS
ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO
TRANSPARENCIA
COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1458 DE 2017 ANEXO NO. 2)
1. EXPERTICIA TÉCNICA
2. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN
3. APRENDIZAJE CONTINUO
4. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

4. CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA

4.1 NORMA / UNIDAD DE COMPETENCIA	Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
4.2 CÓDIGO NORMA DE COMPETENCIA LABORAL	240201529
4.3 NOMBRE DE LA COMPETENCIA	CULTURA EMPRENDEDORA Y EMPRESARIAL
4.4 DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE (Horas)	48 horas

4.5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DENOMINACIÓN
RA3 ESTRUCTURAR EL PLAN DE NEGOCIO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES Y TENDENCIAS DE MERCADO.
RA2 CARACTERIZAR LA IDEA DE NEGOCIO TENIENDO EN CUENTA LAS OPORTUNIDADES Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y SOCIAL.
RA4 VALORAR LA PROPUESTA DE NEGOCIO CONFORME CON SU ESTRUCTURA Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y SOCIAL.
RA1 INTEGRAR ELEMENTOS DE LA CULTURA EMPRENDEDORA TENIENDO EN CUENTA EL PERFIL PERSONAL Y EL CONTEXTO DE DESARROLLO SOCIAL.

4.6 CONOCIMIENTOS

4.6.1 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

IDENTIFICAR LOS ELEMENTOS DE LA CULTURA EMPRENDEDORA
RECONOCER CASOS DE ÉXITO EMPRESARIAL
DETERMINAR ELEMENTOS PERSONALES EN LA CULTURA EMPRENDEDORA
ANALIZAR EL SECTOR PRODUCTIVO DE INFLUENCIA
ESTABLECER OPORTUNIDADES DE NEGOCIO
ESTABLECER SOLUCIONES A PROBLEMAS O NECESIDADES PLANTEADAS
IDENTIFICAR NECESIDADES EMPRESARIALES DEL SECTOR PRODUCTIVO DE INFLUENCIA
RECONOCER LAS CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL EMPRENDEDOR

ANALIZAR EL MERCADO POTENCIAL
IDENTIFICAR ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES
DEFINIR LA NATURALEZA DE LAS ORGANIZACIONES EMPRESARIALES
RECONOCER ESTRUCTURAS OPERACIONALES
CONSTRUIR PROPUESTAS EMPRESARIALES
ESTABLECER PRINCIPIOS DE GESTIÓN EMPRESARIAL
CONSTRUIR IDEAS DE NEGOCIO
ABORDAR LOS CONTEXTOS DE INFLUENCIA DE LA IDEA DE NEGOCIO

4.6.2 CONOCIMIENTOS DEL SABER

EMPRENDIMIENTO: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, HABILIDADES, TIPOS, PERFIL EMPRENDEDOR , RESPONSABILIDAD, COMUNICACIÓN ASERTIVA, AUTOGESTIÓN, AUTONOMÍA, PRINCIPIOS Y VALORES ÉTICOS
IDEACIÓN: CONCEPTO, METODOLOGÍAS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS
PROBLEMA: CONCEPTOS, ESTRUCTURA DE PROBLEMA, ALTERNATIVAS CREATIVAS DE SOLUCIÓN
IDEAS Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIO, MODELAJE DE IDEAS
VALIDACIÓN TEMPRANA DE MERCADOS, INNOVACIÓN, CREATIVIDAD, PROCESO CREATIVO
EMPRESA: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, ESTRUCTURA, TIPOLOGÍA, ÁREAS FUNCIONALES, FORMALIZACIÓN
MERCADOS: CONCEPTO, TIPOS, ESTRUCTURA, CARACTERÍSTICAS PRODUCTIVIDAD, COMPETITIVIDAD
ESTRUCTURA OPERACIONAL: CONCEPTO, PRODUCTO, PROCESO, INFRAESTRUCTURA FÍSICA, REQUERIMIENTOS TÉCNICOS, TECNOLÓGICOS Y HUMANOS
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: CONCEPTO, TIPOLOGÍA, ESTRUCTURA ORGÁNICA
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: CONCEPTO
GESTIÓN EMPRESARIAL: CONCEPTO, HABILIDADES, DESTREZAS, NIVELES, ESTRUCTURA, CONTROL Y

4.7 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

PLANTEA IDEAS DE NEGOCIO A PARTIR DE OPORTUNIDADES Y NECESIDADES DEL MERCADO CONFORME CON EL ANÁLISIS SECTORIAL.

ESTRUCTURA UN PERFIL DE EMPRENDEDOR TENIENDO EN CUENTA LAS HABILIDADES Y PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL.

CONSTRUYE PROPUESTAS EMPRESARIALES Y DE NEGOCIO TENIENDO EN CUENTA LAS NECESIDADES Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

DETERMINA EL IMPACTO DEL PLAN DE NEGOCIO CONFORME CON LAS ATRIBUCIONES Y DINÁMICAS DEL SECTOR PRODUCTIVO.

4.8 PERFIL DEL INSTRUCTOR

4.8.1 Requisitos Académicos:

ALTERNATIVA 1
TÍTULO DE TECNÓLOGO EN NÚCLEOS BÁSICOS DE CONOCIMIENTO DE: ADMINISTRACIÓN, CONTADURÍA PÚBLICA; O INGENIERÍA ADMINISTRATIVA Y AFINES. VER ANEXOS: (N.B.C.), (TITULOS SENA)

ALTERNATIVA 2
TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EN NÚCLEOS BÁSICOS DE CONOCIMIENTO DE: EDUCACIÓN; O ADMINISTRACIÓN, CONTADURÍA PÚBLICA; O INGENIERÍA ADMINISTRATIVA Y AFINES; Y ECONOMÍA. (VER ANEXO N.B.C). TARJETA PROFESIONAL EN LOS CASOS EXIGIDOS POR LA LEY.

4.8.2 Experiencia laboral y/o especialización:

ALTERNATIVA 1
TREINTA (30) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DIECIOCHO (18) MESES DE

ALTERNATIVA 2
VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE EMPRENDIMIENTO Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA.

4.8.3 Competencias:

COMPETENCIAS COMUNES
ORIENTACIÓN A RESULTADOS
ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO
TRANSPARENCIA
COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1458 DE 2017 ANEXO NO. 2)
1. EXPERTICIA TÉCNICA
2. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN
3. APRENDIZAJE CONTINUO
4. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

4. CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA	
4.1 NORMA / UNIDAD DE COMPETENCIA	INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS.
4.2 CÓDIGO NORMA DE COMPETENCIA LABORAL	240202501
4.3 NOMBRE DE LA COMPETENCIA	INGLÉS
4.4 DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE (Horas)	384 horas

4.5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DENOMINACIÓN
RA1 COMPRENDER INFORMACIÓN SOBRE SITUACIONES COTIDIANAS Y LABORALES ACTUALES Y FUTURAS A TRAVÉS DE INTERACCIONES SOCIALES DE FORMA ORAL Y ESCRITA. 48H
RA2 INTERCAMBIAR OPINIONES SOBRE SITUACIONES COTIDIANAS Y LABORALES ACTUALES, PASADAS Y FUTURAS EN CONTEXTOS SOCIALES ORALES Y ESCRITOS. 96H
RA3 DISCUTIR SOBRE POSIBLES SOLUCIONES A PROBLEMAS DENTRO DE UN RANGO VARIADO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES. 96H
RA5 PRESENTAR UN PROCESO PARA LA REALIZACIÓN DE UNA ACTIVIDAD EN SU QUEHACER LABORAL DE ACUERDO CON LOS PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS DESDE SU PROGRAMA DE FORMACIÓN. 48H
RA6 EXPLICAR LAS FUNCIONES DE SU OCUPACIÓN LABORAL USANDO EXPRESIONES DE ACUERDO AL NIVEL REQUERIDO POR EL PROGRAMA DE FORMACIÓN. 48H
RA4 IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA RELACIONADAS CON EL USO DE EXPRESIONES, ESTRUCTURAS Y DESEMPEÑO SEGÚN LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE FORMULADOS PARA EL PROGRAMA. 48H

4.6 CONOCIMIENTOS

4.6.1 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

ESTABLECER LAS DIFERENCIAS ENTRE PRESENTE SIMPLE Y PRESENTE CONTINUO EN TEXTOS SENCILLOS
PLANEAR UN ITINERARIO USANDO EL PRESENTE CONTINUO PARA LA ORGANIZACIÓN DE VIAJES, EVENTOS Y/O CELEBRACIONES
DESCRIBIR HABITACIONES, CASAS O LUGARES DE TRABAJO USANDO PRONOMBRES POSESIVOS, PREPOSICIONES DE LUGAR, ADJETIVOS CALIFICATIVOS Y VOCABULARIO ESPECÍFICO
IDENTIFICAR LAS EDIFICACIONES Y LOS LUGARES DE INTERÉS REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL
SUMINISTRAR INFORMACIÓN SOBRE LA UBICACIÓN Y LA MANERA DE LLEGAR A UN LUGAR DETERMINADO
ESTABLECER DIFERENCIAS Y SIMILITUDES ENTRE PERSONAS, LUGARES O COSAS
NARRAR EVENTOS Y ACONTECIMIENTOS USANDO ESTRUCTURAS GRAMATICALES EN EL TIEMPO PASADO Y CONECTORES QUE BRINDEN COHERENCIA Y COHESIÓN AL TEXTO
ESCRIBIR TEXTOS SENCILLOS EN ORDEN CRONOLÓGICO SOBRE ACONTECIMIENTOS PASADOS
REALIZAR UNA INVITACIÓN FORMAL A UN EVENTO EMPLEANDO LAS ESTRUCTURAS DEL FUTURO Y WOULD LIKE TO
HABLAR DE PLANES FUTUROS PARA SU TRABAJO Y SU CARRERA
NARRAR EVENTOS Y ACONTECIMIENTOS USANDO ESTRUCTURAS GRAMATICALES DEL TIEMPO PASADO, PERFECTO Y CONECTORES QUE BRINDEN COHERENCIA Y COHESIÓN AL TEXTO
EXPRESAR HECHOS REALES Y POSIBLES ACERCA DE DIVERSOS EVENTOS O SITUACIONES DEL ENTORNO
OFRECER SOLUCIÓN A SITUACIONES PARTICULARES EN SU ÁREA OCUPACIONAL
PARTICIPAR EN UNA LLAMADA TELEFÓNICA (SALUDAR, PREGUNTAR, RESOLVER PREGUNTAS)
HACER PROPUESTAS Y SOLICITUDES EMPLEANDO VERBOS MODALES Y FÓRMULAS DE CORTESÍA EN DIVERSOS CONTEXTOS
RESPONDER A PROPUESTAS Y SOLICITUDES EMPLEANDO VERBOS MODALES Y FÓRMULAS DE CORTESÍA EN DIVERSOS CONTEXTOS
EXPRESAR INSEGURIDAD SOBRE ALGUNA CUESTIÓN U OPINIÓN
ESCRIBIR INFORMES Y REPORTES LABORALES UTILIZANDO FRASES CONCRETAS Y UNA INTRODUCCIÓN, DESARROLLO Y CONCLUSIÓN
DESCRIBIR EL PROCESO DE PREPARACIÓN Y EJECUCIÓN DE UNA ACTIVIDAD DE SU QUEHACER LABORAL
DAR INSTRUCCIONES DE UN PROCESO RELACIONADO CON SU QUEHACER LABORAL
SEGUIR INSTRUCCIONES DE UN PROCESO RELACIONADO CON SU QUEHACER LABORAL
EXPONER LAS ACCIONES Y FUNCIONES RELACIONADAS CON SU CARGO
PUNTUALIZAR LAS LABORES ESPECÍFICAS QUE DESARROLLA EN SU LUGAR DE TRABAJO, HACIENDO USO DE VOCABULARIO ADECUADO
RECONOCER LOS FONEMAS DEL SISTEMA VOCÁLICO INGLÉS
ESTABLECER DIFERENCIAS ENTRE DIVERSOS SONIDOS COMUNES DEL INGLÉS
PRONUNCIAR TÉRMINOS Y FRASES HACIENDO USO DE LAS REGLAS DE LA ACENTUACIÓN Y ENTONACIÓN ADECUADA PARA ESTE NIVEL DE FORMACIÓN
HACER USO DE ESTRATEGIAS METACOGNITIVAS COMO EL USO DE FLASHCARDS, GRÁFICOS ORGANIZACIONALES Y PORTAFOLIOS, PARA MONITOREAR SU PROCESO DE APRENDIZAJE
PUNTUALIZAR LAS LABORES ESPECÍFICAS QUE DESARROLLA EN SU LUGAR DE TRABAJO, HACIENDO USO DE VOCABULARIO ADECUADO
RECONOCER LOS FONEMAS DEL SISTEMA VOCÁLICO INGLÉS
ESTABLECER DIFERENCIAS ENTRE DIVERSOS SONIDOS COMUNES DEL INGLÉS
PRONUNCIAR TÉRMINOS Y FRASES HACIENDO USO DE LAS REGLAS DE LA ACENTUACIÓN Y ENTONACIÓN ADECUADA PARA ESTE NIVEL DE FORMACIÓN
HACER USO DE ESTRATEGIAS METACOGNITIVAS COMO EL USO DE FLASHCARDS, GRÁFICOS ORGANIZACIONALES Y PORTAFOLIOS, PARA MONITOREAR SU PROCESO DE APRENDIZAJE

4.6.2 CONOCIMIENTOS DEL SABER

1. GRAMÁTICA
PRESENTE SIMPLE Y PRESENTE CONTINUO
PRESENTE CONTINUO: (USO PARA PLANES Y ACUERDOS)

PRONOMBRES POSESIVOS
PREPOSICIONES DE LUGAR (REVISIÓN)
PREPOSICIONES DE MOVIMIENTO
ADJETIVOS
COMPARATIVOS
FORMAS VERBALES EN EL PASADO SIMPLE (REGULAR VERBS AND IRREGULAR VERBS)
USED TO
PASADO CONTINUO
PASADO SIMPLE Y PASADO CONTINUO
FUTURO CON LAS FÓRMULAS: WILL, BE GOING TO
WOULD LIKE TO
DIFERENCIA ENTRE EL PRESENTE PERFECTO Y PASADO SIMPLE.
CONDICIONAL ZERO Y FIRST
WOULD RATHER (USO Y CONTEXTO)
HAD BETTER, SHOULD, I THINK (THAT), I CONSIDER (THAT), MUST, COULD.
SUPERLATIVOS (USO Y CONTEXTO)
ADVERBIOS DE FORMA Y MANERA
CONECTORES
VERBOS FRASALES COMUNES
CLÁUSULAS DE RELATIVO
IMPERATIVO PARA DAR INSTRUCCIONES
CONDICIONAL ZERO (IF, WHEN)

2. VOCABULARIO
ACTIVIDADES DEL TIEMPO LIBRE
CELEBRACIONES, COSTUMBRES Y TRADICIONES
CUARTOS, LUGARES EN UNA CASA Y SUS OBJETOS
TIENDAS Y LUGARES EN LA CIUDAD Y LOS PUEBLOS
EDIFICACIONES Y CONSTRUCCIONES
APARIENCIA DE LAS PERSONAS
COMPORTAMIENTOS Y PERSONALIDADES
CUALIDADES Y DEFECTOS PERSONALES
EXPRESIONES DE TIEMPO EN EL PASADO Y FUTURO
REUNIONES FAMILIARES, ACTIVIDADES DE LA INFANCIA, EVENTOS HISTÓRICOS
WHEN Y WHILE
NÚMEROS ORDINALES Y CARDINALES
CONECTORES (MEANWHILE, SUDDENLY, HOWEVER, THEN, AFTER)
EVENTOS FORMALES (CONGRESOS, CONFERENCIAS)
PREPOSICIONES DE TIEMPO (IN, ON , AT) EN DIFERENTES CONTEXTOS
ADVERBIOS (YET, STILL, EVER, ALREADY, JUST, LATELY)
SINCE, FOR Y AGO
VOCABULARIO DE VIAJES
FENÓMENOS NATURALES
EXPRESIONES DE CORTESÍA PARA INTERCAMBIAR OPINIONES
EXPRESIONES IDIOMÁTICAS COMUNES EN CONTEXTOS LABORALES
TERMINOLOGÍA TÉCNICA OCUPACIONAL
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN
CONECTORES DE SECUENCIA
VOCABULARIO Y EXPRESIONES RELACIONADAS CON SU ÁREA OCUPACIONAL
VOCABULARIO Y EXPRESIONES RELACIONADAS CON LAS FUNCIONES EN EL ÁREA OCUPACIONAL
ELECTRODOMÉSTICOS, MAQUINARIA, INSUMOS Y EQUIPAMIENTO
LUGARES DE TRABAJO

3. PRONUNCIACIÓN

SUJETO + CONTRACCIONES CON AUXILIARES
ACENTUACIÓN EN FRASES (CONTENIDO Y FUNCIONES DE LAS PALABRAS)
REGLA DE PRONUNCIACIÓN --‐ ED ENDING, VOICED CONSONANTS VS VOICELESS CONSONANTS.
ENTONACIÓN DE FONEMAS DE SUSTANTIVOS PLURALES
FONEMAS VOCÁLICOS
DIFERENCIA ENTRE EL PRESENTE PERFECTO Y PASADO SIMPLE
CONDICIONAL ZERO Y FIRST
WOULD RATHER (USO Y CONTEXTO)
HAD BETTER, SHOULD , I THINK (THAT), I CONSIDER (THAT), MUST, COULD.
SUPERLATIVOS (USO Y CONTEXTO)
ADVERBIOS DE FORMA Y MANERA
CONECTORES
VERBOS FRASALES COMUNES
CLÁUSULAS DE RELATIVO
IMPERATIVO PARA DAR INSTRUCCIONES
CONDICIONAL ZERO (IF, WHEN)
DIFERENCIA ENTRE EL SONIDO TH /θ/ Y /Ð/
ENTONACIÓN PARA PRESENTAR INFORMACIÓN NUEVA
ACENTUACIÓN EN FRASES (CONTENIDO Y FUNCIONES DE LAS PALABRAS)
ACENTUACIÓN DE ÉNFASIS
REDUCCIÓN VOCÁLICA
INTERNATIONAL PHONETIC ALPHABET (RECONOCIMIENTO DE LOS SÍMBOLOS Y SU PRONUNCIACIÓN)
ELEVACIÓN Y CAÍDA DE LA ENTONACIÓN EN DIFERENTES TIPOS DE FRASES
CONEXIÓN Y ELISIÓN DE SONIDOS CON LOS SUPERLATIVOS

4. ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE
USO DE ORGANIZADORES GRÁFICOS (DIAGRAMAS DE FLUJO, MAPAS CONCEPTUALES, MAPAS MENTALES, ENTRE OTROS)
USO DE TARJETAS DIDÁCTICAS O FLASHCARDS
USO DE PORTAFOLIOS

4.7 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 1
RECONOCE LA IDEA GENERAL Y DETALLES ESPECÍFICOS EN INTERACCIONES ORALES DE LA VIDA COTIDIANA ARTICULADAS CON CLARIDAD Y UNA VELOCIDAD PROMEDIO
RECONOCE LA IDEA GENERAL Y DETALLES ESPECÍFICOS EN TEXTOS ESCRITOS DE LA VIDA COTIDIANA ARTICULADOS CON CLARIDAD

RA 2
COMPRENDE INFORMACIÓN CONCRETA RELATIVA A TEMAS COTIDIANOS Y LABORALES EN TEXTOS ORALES Y ESCRITOS
DESCRIBE DE MANERA SENCILLA Y CLARA ASUNTOS, ACCIONES, EXPERIENCIAS, SENTIMIENTOS, PLANES RELACIONADOS CON TEMAS DE SU INTERÉS Y COTIDIANIDAD, SIGUIENDO UNA SECUENCIA LINEAL DE ELEMENTOS

RA 3 Y 4
OFRECE BREVES RAZONAMIENTOS Y EXPLICACIONES DE OPINIONES, PLANES Y ACCIONES
SE COMUNICA DE MANERA EFICAZ EN TORNO A TEMÁTICAS COTIDIANAS Y LABORALES SENCILLAS HACIENDO USO DE UNA ADECUADA PRONUNCIACIÓN, FLUIDEZ, RANGO DE VOCABULARIO Y ESTRUCTURA GRAMATICAL PARA EL NIVEL PRE INTERMEDIO
BRINDA SOLUCIÓN A UN PROBLEMA SENCILLA HACIENDO USO DE UNA ADECUADA PRONUNCIACIÓN, FLUIDEZ, RANGO DE VOCABULARIO Y ESTRUCTURA GRAMATICAL PARA EL NIVEL PRE INTERMEDIO
ENLAZA UNA SERIE DE ELEMENTOS BREVES, CONCRETOS Y SENCILLOS PARA CREAR UNA SECUENCIA

COHESIONADA Y LINEAL
HACE USO DE VOCABULARIO RELACIONADO CON FAMILIA, AFICIONES E INTERESES, TRABAJO, VIAJES Y HECHOS DE ACTUALIDAD, EN TEXTOS ORALES Y ESCRITOS

RA 5 Y 6
SIGUE INSTRUCCIONES DE UN PROCESO RELACIONADO CON SU QUEHACER LABORAL
HACE USO DE TÉRMINOS Y EXPRESIONES RELACIONADAS CON SU ÁMBITO LABORAL ESPECÍFICO
ES CAPAZ DE HACER UNA PRESENTACIÓN BREVE Y PREPARADA SOBRE UN TEMA DENTRO DE SU ESPECIALIDAD CON LA SUFICIENTE CLARIDAD COMO PARA QUE SE PUEDA SEGUIR SIN DIFICULTAD LA MAYOR PARTE DEL TIEMPO Y CUYAS IDEAS PRINCIPALES ESTÁN EXPLICADAS CON UNA RAZONABLE PRECISIÓN
PARTICIPA EN JUEGOS DE ROL GUIADOS O SITUACIONES SIMULADAS SOBRE SITUACIONES COTIDIANAS Y LABORALES ACTUALES, PASADAS Y FUTURAS EN CONTEXTOS SOCIALES ORALES Y ESCRITOS

4.8 PERFIL DEL INSTRUCTOR

4.8.1 Requisitos Académicos:

ALTERNATIVA 1
TÍTULO DE TECNÓLOGO EN CUALQUIER NÚCLEO DE CONOCIMIENTO, CERTIFICADO MÍNIMO EN NIVEL B2 DE ACUERDO CON EL MCER EN CADA UNA DE LAS CUATRO (4) HABILIDADES DE DOMINIO DE LENGUA (COMPRENSIÓN ORAL, COMPRENSIÓN ESCRITA, PRODUCCIÓN ORAL, PRODUCCIÓN ESCRITA). LOS EXÁMENES DE LENGUA ADMITIDOS DEBEN TENER UNA VIGENCIA MÁXIMA DE 2 AÑOS Y SON AQUELLOS ENLISTADOS EN LA RESOLUCIÓN 12730 DEL 28 DE JUNIO DE 2017 DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. NO SE ACEPTAN AQUELLOS EXÁMENES CATALOGADOS EN ESTA RESOLUCIÓN COMO CLASIFICACIÓN (PLACEMENT), NIÑOS DE 7 A 12 AÑOS (YOUNG LEARNERS) Y JÓVENES (TEENAGERS)).

ALTERNATIVA 2
TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EN CUALQUIER NÚCLEO DE CONOCIMIENTO, CERTIFICADO MÍNIMO EN NIVEL B2 DE ACUERDO CON EL MCER EN CADA UNA DE LAS CUATRO (4) HABILIDADES DE DOMINIO DE LENGUA (COMPRENSIÓN ORAL, COMPRENSIÓN ESCRITA, PRODUCCIÓN ORAL, PRODUCCIÓN ESCRITA). LOS EXÁMENES DE LENGUA ADMITIDOS DEBEN TENER UNA VIGENCIA MÁXIMA DE 2 AÑOS Y SON AQUELLOS ENLISTADOS EN LA RESOLUCIÓN 12730 DEL 28 DE JUNIO DE 2017 DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. NO SE ACEPTAN AQUELLOS EXÁMENES CATALOGADOS EN ESTA RESOLUCIÓN COMO CLASIFICACIÓN (PLACEMENT), NIÑOS DE 7 A 12 AÑOS (YOUNG LEARNERS) Y JÓVENES (TEENAGERS)).

4.8.2 Experiencia laboral y/o especialización:

ALTERNATIVA 1
VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA EN LA INSTRUCCIÓN Y/O DOCENCIA DE LA LENGUA O LENGUAS A IMPARTIR.

ALTERNATIVA 2
TREINTA Y SEIS (36) MESES DE EXPERIENCIA EN LA INSTRUCCIÓN Y/O DOCENCIA DE LA LENGUA O LENGUAS A IMPARTIR.

4.8.3 Competencias:

COMPETENCIAS COMUNES
ORIENTACIÓN A RESULTADOS
ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO
TRANSPARENCIA
COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN

2. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN
3. APRENDIZAJE CONTINUO
4. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

4. CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA

4.1 NORMA / UNIDAD DE COMPETENCIA	Orientar investigación formativa según referentes técnicos
4.2 CÓDIGO NORMA DE COMPETENCIA LABORAL	240201064
4.3 NOMBRE DE LA COMPETENCIA	INVESTIGACIÓN
4.4 DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE (Horas)	48 horas

4.5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DENOMINACIÓN
RA1 ANALIZAR EL CONTEXTO PRODUCTIVO SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES.
RA2 ESTRUCTURAR EL PROYECTO DE ACUERDO A CRITERIOS DE LA INVESTIGACIÓN.
RA3 ARGUMENTAR ASPECTOS TEÓRICOS DEL PROYECTO SEGÚN REFERENTES NACIONALES E
RA4 PROPONER SOLUCIONES A LAS NECESIDADES DEL CONTEXTO SEGÚN RESULTADOS DE LA

4.6 CONOCIMIENTOS

4.6.1 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

DIFERENCIAR FORMAS DE CONOCIMIENTO
DEFINIR LAS TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
FORMULAR EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN
PLANTEAR LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN
CONTEXTUALIZAR LA IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN
DETERMINAR DE LOS OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN
REALIZAR BÚSQUEDAS DE INFORMACIÓN
ELABORAR DEL MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN
APLICAR TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
ELABORAR EL INFORME DE LA INVESTIGACIÓN

4.6.2 CONOCIMIENTOS DEL SABER

CONOCIMIENTO: CONCEPTO, TIPOS
COSMOVISIÓN: CONCEPTO, PERSPECTIVAS E IMPORTANCIA
INVESTIGACIÓN: CONCEPTOS Y ENFOQUES
METODOLOGÍAS, MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN: CONCEPTOS Y TIPOS
PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN: CONCEPTO, TIPOS, ESTRUCTURAS Y PROCEDIMIENTOS
IDEAS, PROBLEMAS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

JUSTIFICACIÓN: CONCEPTO, COMPONENTES
OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN: CONCEPTO, TIPOS
FUENTES DE INFORMACIÓN: DEFINICIÓN, TIPOS Y REFERENCIACIÓN
MARCO TEÓRICO: CONCEPTO, TIPOS
INFORME DE INVESTIGACIÓN: CARACTERÍSTICAS, TIPOS

4.7 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RECONOCE LAS NECESIDADES DEL CONTEXTO, SEGÚN LAS PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS.

DESCRIBE EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE ACUERDO A LOS ELEMENTOS OBSERVADOS.

PLANTEA LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN SEGÚN LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.

CONSOLIDA EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN TENIENDO EN CUENTA LA PERTINENCIA Y LOS ALCANCES.

ELABORA EL MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO A LOS CONTEXTOS NACIONAL E INTERNACIONAL.

APLICA TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN DE ACUERDO A CRITERIOS ESTABLECIDOS POR LA METODOLOGÍA.

COMUNICA LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN SEGÚN CRITERIOS DE PRESENTACIÓN DE INFORMES.

4.8 PERFIL DEL INSTRUCTOR

4.8.1 Requisitos Académicos:

TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EN CUALQUIERA DE LOS 55 NÚCLEOS BÁSICOS DE CONOCIMIENTO, O EN NULL O SIN CLASIFICAR. (VER ANEXO N.B.C). TARJETA PROFESIONAL EN LOS CASOS EXIGIDOS POR LA

4.8.2 Experiencia laboral y/o especialización:

TREINTA (30) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE LA INVESTIGACIÓN Y SEIS (6) MESES EN DOCENCIA CERTIFICADA POR ENTIDAD LEGALMENTE RECONOCIDA.

4.8.3 Competencias:

COMPETENCIAS COMUNES
ORIENTACIÓN A RESULTADOS
ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO
TRANSPARENCIA
COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1458 DE 2017 ANEXO NO. 2)
1. EXPERTICIA TÉCNICA
2. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN
3. APRENDIZAJE CONTINUO
4. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

4. CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA	
4.1 NORMA / UNIDAD DE COMPETENCIA	Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico
4.2 CÓDIGO NORMA DE COMPETENCIA LABORAL	260101059
4.3 NOMBRE DE LA COMPETENCIA	INTERPRETACIÓN DE MERCADOS
4.4 DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE (Horas)	480 horas

4.5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DENOMINACIÓN
RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H
RA2. APLICAR MÉTODOS DE ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DE ACUERDO CON TENDENCIAS DEL MERCADO.
RA3. UTILIZAR ESTRATEGIAS DE PRECIOS EN EL PLAN DE MERCADEO A PARTIR DEL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN. 144H
RA4. ESTABLECER EL PRESUPUESTO DE VENTAS DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 96H

4.6 CONOCIMIENTOS

4.6.1 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

RA1.
IDENTIFICAR VARIABLES DE SEGMENTACIÓN
DETERMINAR ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN
DIVIDIR MERCADO EN GRUPOS HOMOGÉNEOS
IDENTIFICAR GRUPOS CON MAYOR POTENCIAL DE COMPRA
IDENTIFICAR EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
CALCULAR EL TAMAÑO DEL SEGMENTO

RA2.
IDENTIFICAR LOS FACTORES QUE INCIDEN EN LA DEMANDA
IDENTIFICAR LOS FACTORES QUE INCIDEN EN LA OFERTA
CALCULAR LA DEMANDA
CALCULAR OFERTA
EVALUAR LOS RESULTADOS DE ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA
TOMAR DECISIONES FRENTE A LOS RESULTADOS

RA3.
IDENTIFICAR CRITERIOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS
IDENTIFICAR LOS COMPONENTES DE COSTOS Y GASTOS DE FABRICACIÓN
APLICAR POLÍTICAS DE PRECIOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
PRIORIZAR ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS
PROPONER PRECIOS DEL PRODUCTO Y SERVICIO

RA4.

ELABORAR PRONÓSTICO DE VENTAS
ELABORAR PRESUPUESTO DE VENTAS

4.6.2 CONOCIMIENTOS DEL SABER

RA1.
SEGMENTACIÓN DE MERCADOS: CONCEPTO, PROCESOS, TIPOS, VARIABLES, CRITERIOS, TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS
SEGMENTO: CONCEPTO
VARIABLES DE SEGMENTACIÓN: CONCEPTO Y CLASES
MICRO SEGMENTACIÓN: CONCEPTOS
MACRO SEGMENTACIÓN: CONCEPTOS
ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN: CONCEPTO Y TIPOS
MERCADO: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, CLASES, ESTRUCTURA, TAMAÑO, ANÁLISIS, PARTICIPACIÓN, POTENCIAL Y COBERTURA
MERCADO POTENCIAL: CONCEPTO E IMPORTANCIA
NICHO: CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS
JERARQUÍA DE NECESIDADES DE MASLOW: CONCEPTO, TIPOS
COMPRA: MOTIVOS, FACTORES, COMPORTAMIENTO, PROCESO DE DECISIÓN Y HÁBITOS
CONSUMIDOR: CONCEPTO, COMPORTAMIENTO Y TIPOS
STAKEHOLDERS (GRUPO INTERÉS): CONCEPTO Y TIPOS

RA2.
DEMANDA: CONCEPTO, CLASES, MÉTODOS, EFECTOS, ELASTICIDAD, COMPONENTES, VARIACIÓN, CURVA, GRÁFICOS, TENDENCIAS Y PROYECCIÓN
DEMANDA POTENCIAL: CONCEPTO, MÉTODOS Y UTILIDAD
OFERTA: CONCEPTO, CLASES, MÉTODOS, EFECTOS, ELASTICIDAD, COMPONENTES, VARIACIÓN, CURVA, GRÁFICOS, TENDENCIAS Y PROYECCIÓN
LEYES DE OFERTA Y DEMANDA: CONCEPTO, IMPORTANCIA
EQUILIBRIO DE MERCADO: CONCEPTO Y TÉCNICAS DE ESTIMACIÓN
COMPETENCIA: CONCEPTO, TIPOS, ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y COMPARATIVAS
BENCHMARKING: CONCEPTO, IMPORTANCIA, ALCANCES Y FASES.
INTELIGENCIA DE MERCADOS: CONCEPTOS
SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADEO: CONCEPTO, ESTRUCTURA Y FUNCIONES
MINERÍA DE DATOS: CONCEPTO Y METODOLOGÍA
BIG DATA (MACRODATOS): CONCEPTO Y USOS
BASES DE DATOS: CONCEPTO, USOS E IMPORTANCIA

RA3.
PRECIO: CONCEPTO, TIPOS, ESTRUCTURA, MÉTODOS, FACTORES, POLÍTICAS, REGLAMENTACIÓN Y VARIACIONES
MÁRGENES: CONCEPTO Y TIPOS
COSTOS: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN, MÉTODOS DE ESTIMACIÓN, IMPLICACIONES
GASTOS: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN, IMPLICACIONES, MÉTODOS DE ESTIMACIÓN
ESTRATEGIAS DE PRECIOS: CONCEPTO, TIPOS, IMPORTANCIA
PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO: CONCEPTO Y COMPONENTES

RA4.
PRONOSTICO: CONCEPTO, MÉTODOS Y HERRAMIENTAS
PROYECCIÓN: CONCEPTO Y MÉTODOS
PRESUPUESTO DE VENTAS: CONCEPTO, ESTRUCTURA, MÉTODOS Y HERRAMIENTAS

4.7 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA1.
APLICA TÉCNICAS DE SEGMENTACIÓN DE ACUERDO CON VARIABLES
SELECCIONA ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES
CARACTERIZA AL CONSUMIDOR DE ACUERDO CON SU COMPORTAMIENTO

RA2.
IDENTIFICA VARIABLES QUE INCIDEN EN EL COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA, TENIENDO EN CUENTA TENDENCIAS DEL MERCADO
CARACTERIZA OFERTA Y DEMANDA SEGÚN ESTRUCTURA DE MERCADO Y CAPACIDAD DE LA ORGANIZACIÓN
EVALÚA COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA Y OFERTA DE ACUERDO CON LA INFORMACIÓN HISTÓRICA Y TENDENCIAS DEL MERCADO

RA3.
COMPARA ESTRATEGIAS DE PRECIOS A PARTIR DEL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO
SUGIERE ESTRATEGIAS DE PRECIOS SEGÚN POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN

RA4.
VALORA LOS DATOS HISTÓRICOS DE VENTAS DE LA ORGANIZACIÓN A PARTIR DE COMPORTAMIENTO DE MERCADO
PREPARA PRESUPUESTO DE VENTAS SEGÚN ESTRATEGIAS PROPUESTAS POR LA ORGANIZACIÓN

4.8 PERFIL DEL INSTRUCTOR

4.8.1 Requisitos Académicos:

TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EN DISCIPLINA ACADÉMICA DEL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO EN: ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA O INGENIERÍA INDUSTRIAL Y AFINES.

ESTAS PROFESIONES DEBEN ESTAR ASOCIADAS A LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN QUE IMPARTIRÁ EN SU DESEMPEÑO Y SE CITAN LOS TÍTULOS OBTENIDOS, NÚCLEOS BÁSICOS DE CONOCIMIENTO Y ÁREAS DE CONOCIMIENTO: INGENIERO DE MERCADOS, INGENIERO FINANCIERO, INGENIERO INDUSTRIAL, ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ECONOMISTA, MERCADÓLOGO, PROFESIONAL EN MERCADEO Y PUBLICIDAD, PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN.

4.8.2 Experiencia laboral y/o especialización:

VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA: DE LOS CUALES DOCE (12) MESES ESTARÁN RELACIONADOS CON EL ÁREA DE MERCADEO, VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN, EN DESARROLLO DEL OBJETO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL A LA QUE SE DEDICA EL CARGO Y DOCE (12) MESES EN LABORES DE DOCENCIA.

4.8.3 Competencias:

COMPETENCIAS COMUNES
ORIENTACIÓN A RESULTADOS
ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO
TRANSPARENCIA
COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1458 DE 2017 ANEXO NO. 2)
1. EXPERTICIA TÉCNICA
2. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN
3. APRENDIZAJE CONTINUO
4. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

4. CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA

4.1 NORMA / UNIDAD DE COMPETENCIA	Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
4.2 CÓDIGO NORMA DE COMPETENCIA LABORAL	240201528
4.3 NOMBRE DE LA COMPETENCIA	MATEMÁTICAS
4.4 DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE (Horas)	48 horas

4.5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DENOMINACIÓN
RA1 IDENTIFICAR MODELOS MATEMÁTICOS DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL PROBLEMA PLANTEADO EN CONTEXTOS SOCIALES Y PRODUCTIVO.
RA4 PROPONER ACCIONES DE MEJORA FRENTE A LOS RESULTADOS DE LOS PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS DE ACUERDO CON EL PROBLEMA PLANTEADO.
RA2 PLANTEAR PROBLEMAS MATEMÁTICOS A PARTIR DE SITUACIONES GENERADAS EN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO.
RA3 RESOLVER PROBLEMAS MATEMÁTICOS A PARTIR DE SITUACIONES GENERADAS EN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO.

4.6 CONOCIMIENTOS

4.6.1 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

PLANTEAR ECUACIONES
PLANTEAR SISTEMAS DE ECUACIONES
ESTABLECER RELACIONES DE PROPORCIONALIDAD ENTRE VARIABLES
APLICAR CRITERIOS DE SEMEJANZA Y CONGRUENCIA DE FIGURAS
APLICAR LOS TEOREMAS DE THALES Y PITÁGORAS
REPRESENTAR FUNCIONES EN EL PLANO CARTESIANO
REALIZAR OPERACIONES CON NÚMEROS REALES Y CON NÚMEROS COMPLEJOS
CALCULAR PERÍMETROS, ÁREAS Y VOLÚMENES
REALIZAR TRANSFORMACIONES GEOMÉTRICAS EN EL PLANO
REALIZAR CONVERSIONES DE UNIDADES DE MEDIDA
RESOLVER ECUACIONES DE PRIMER Y SEGUNDO GRADO
RESOLVER SISTEMAS DE ECUACIONES
CONSTRUIR GRÁFICOS ESTADÍSTICOS
CALCULAR ELEMENTOS DE FUNCIONES
COMPROBAR LOS PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS
VERIFICAR LA SOLUCIÓN DE UNA ECUACIÓN
DETERMINAR ERRORES DE CÁLCULOS
USAR HERRAMIENTAS COMPUTACIONALES BÁSICAS PARA CÁLCULOS NUMÉRICOS
ELABORAR INFERENCIAS

4.6.2 CONOCIMIENTOS DEL SABER

NÚMEROS REALES: CONCEPTO, REPRESENTACIONES (FRACCIONES, RAZONES, DECIMALES, PORCENTAJES) Y PROPIEDADES.
NÚMEROS COMPLEJOS: CONCEPTO, REPRESENTACIONES Y OPERACIONES
OPERACIONES ARITMÉTICAS: PROPIEDADES Y ORDEN DE LAS OPERACIONES.
PROPORCIONALIDAD DIRECTA E INVERSA: CONCEPTO Y REGLA DE TRES
GEOMETRÍA: CONCEPTOS, POLÍGONOS, LA CIRCUNFERENCIAS Y SÓLIDOS
TRIGONOMETRÍA: CONCEPTOS, RAZONES, TEOREMAS Y APLICACIONES
ECUACIONES: MÉTODOS DE SOLUCIÓN
SISTEMAS DE ECUACIONES: CONCEPTO, TIPOS Y MÉTODOS DE SOLUCIÓN
FUNCIONES: CONCEPTO, REPRESENTACIONES Y TIPOS (POLINÓMICAS, EXPONENCIALES, TRIGONOMÉTRICAS, ETC.)
VARIABLES ESTADÍSTICAS: CONCEPTO Y TIPOS
ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA: MEDIDAS DE CENTRALIDAD (MEDIA, MODA Y MEDIANA) Y MEDIDAS DE DISPERSIÓN (VARIANZA Y DESVIACIÓN ESTÁNDAR)
GRÁFICOS ESTADÍSTICOS: DIAGRAMA DE BARRAS, CIRCULAR, PICTOGRAMAS Y SERIES
TEOREMA DE PITÁGORAS Y THALES: CONCEPTO Y APLICACIONES
CONVERSIÓN DE UNIDADES Y SISTEMA DE MEDIDAS
SEMEJANZA Y CONGRUENCIA DE SUPERFICIES Y CUERPOS
TRANSFORMACIONES SOBRE POLÍGONOS: RÍGIDAS (TRASLACIONES, ROTACIONES, REFLEXIONES) Y HOMOTECIAS (AMPLIACIONES Y REDUCCIONES)
DERIVADA E INTEGRAL DE UNA FUNCIÓN: CONCEPTO Y REGLAS
HOJAS DE CÁLCULO: CONCEPTO, SINTAXIS Y APLICACIONES

4.7 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

PLANTEA ECUACIONES O SISTEMAS DE ECUACIONES DE ACUERDO CON LA RELACIÓN ENTRE LAS VARIABLES.

PRESENTA SOLUCIÓN A PROBLEMAS MEDIANTE FIGURAS GEOMÉTRICAS.

APLICA PROCEDIMIENTOS ARITMÉTICOS Y ALGEBRAICOS SEGÚN EL PROBLEMA PLANTEADO.

SELECCIONA LAS HERRAMIENTAS COMPUTACIONALES PARA LA VERIFICACIÓN DE LOS RESULTADOS DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS MATEMÁTICOS.

ELABORA UNA PROPUESTA DE SOLUCIÓN ALTERNATIVA A PARTIR DE LOS PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS

4.8 PERFIL DEL INSTRUCTOR

4.8.1 Requisitos Académicos:

ALTERNATIVA 1
TÍTULO DE TECNÓLOGO EN NÚCLEOS BÁSICOS DE CONOCIMIENTO DE: EDUCACIÓN; VER ANEXOS: (N.B.C.), (TITULOS SENA).

ALTERNATIVA 2
TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EN NÚCLEOS BÁSICOS DE CONOCIMIENTO DE: EDUCACIÓN; O MATEMÁTICAS, ESTADÍSTICA Y AFINES; O FÍSICA. (VER ANEXO N.B.C). TARJETA PROFESIONAL EN LOS CASOS EXIGIDOS POR LA LEY.

4.8.2 Experiencia laboral y/o especialización:

ALTERNATIVA 1
TREINTA (30) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DIECIOCHO (18) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE LA MATEMÁTICA Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA.

ALTERNATIVA 2

VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE MATEMÁTICAS Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA.

4.8.3 Competencias:

COMPETENCIAS COMUNES
ORIENTACIÓN A RESULTADOS
ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO
TRANSPARENCIA
COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1458 DE 2017 ANEXO NO. 2)
1. EXPERTICIA TÉCNICA
2. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN
3. APRENDIZAJE CONTINUO
4. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

4. CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA	
4.1 NORMA / UNIDAD DE COMPETENCIA	Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
4.2 CÓDIGO NORMA DE COMPETENCIA LABORAL	240201530
4.3 NOMBRE DE LA COMPETENCIA	INDUCCIÓN
4.4 DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE (Horas)	48 horas

4.5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DENOMINACIÓN

RA APROPIAR CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL DEL SENA EN EL CONTEXTO DE LA MISIÓN INSTITUCIONAL DE ACUERDO CON SU ROL PROYECTO DE VIDA Y DESARROLLO PROFESIONAL.

4.6 CONOCIMIENTOS

4.6.1 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

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.

4.6.2 CONOCIMIENTOS DEL SABER

MISIÓN, VISIÓN, HISTORIA INSTITUCIONAL, OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL, PRINCIPIOS ÉTICOS, VALORES ÉTICOS 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: TIPOLOGÍA, CARACTERÍSTICAS, PROCEDIMIENTO. MANUAL DE CONVIVENCIA, NORMAS ESPECÍFICAS DE LOS CENTROS.
FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL: CONCEPTO, PRINCIPIOS Y CARACTERÍSTICAS.
TIPOS DE OFERTA DE PROGRAMAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y SUS CARACTERÍSTICAS. TIPOS DE CERTIFICADO DE ACUERDO CON LA FORMACIÓN Y DURACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN.
DESARROLLO DE COMPETENCIAS EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL, CONCEPTO, TIPOS Y CARACTERÍSTICAS.
PROYECTO FORMATIVO: CONCEPTO, FASES ACTIVIDADES, DENOMINACIÓN, OBJETIVOS, PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS: ESTRUCTURA, TIPOS DE EVIDENCIA, FORMATO, CONTENIDOS.
PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS SENA: TUTORIALES SENA: LMS, SOFÍA PLUS, SISTEMA VIRTUAL DE APRENDICES (SVA), GESTIÓN CONTRATO DE APRENDIZAJE. CORREO MISENA. PORTALES, REDES SOCIALES DE LA ENTIDAD.
RUTA DE FORMACIÓN: ETAPA LECTIVA, ETAPA PRÁCTICA (ALTERNATIVAS). DURACIÓN, CARACTERÍSTICAS, REQUISITOS, FORMATOS, COMPROMISOS, EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO, PLAN DE MEJORA.

4.7 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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.

4.8 PERFIL DEL INSTRUCTOR

4.8.1 Requisitos Académicos:

PARA EL DESARROLLO INTEGRAL DE ESTA COMPETENCIA SE REQUIERE LA PARTICIPACIÓN DEL INSTRUCTOR TÉCNICO DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN, LOS INSTRUCTORES DE LAS COMPETENCIAS CLAVE Y TRANSVERSALES, EL PROFESIONAL DE DESARROLLO HUMANO, EQUIPO DE BIENESTAR Y LIDERAZGO AL APRENDIZ, RELACIONES CORPORATIVAS, ADMINISTRACIÓN EDUCATIVA, COORDINADORES MISIONALES Y ACADÉMICOS EN COORDINACIÓN CON EL SUBDIRECTOR DE CENTRO.

4.8.2 Experiencia laboral y/o especialización:

VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE LA TEMÁTICA DE LA COMPETENCIA Y DOCE (12) MESES

4.8.3 Competencias:

ACOGER PRINCIPIOS, VALORES Y PROCEDERES ÉTICOS DE ACUERDO CON EL CÓDIGO DE ÉTICA INSTITUCIONAL.
DISPOSICIÓN AL CAMBIO.
HABILIDADES INVESTIGATIVAS.
MANEJO DE GRUPOS.
LIDERAZGO.
COMUNICACIÓN EFICAZ Y ASERTIVA.

TRABAJO EN EQUIPO.
MANEJO DE LAS TIC.
CONOCIMIENTO DE MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA SENA.
CONOCIMIENTO DE LAS POLÍTICAS INSTITUCIONALES PARA EL APRENDIZ.
CONOCIMIENTO DEL PROCESO GESTIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL.

4. CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA	
4.1 NORMA / UNIDAD DE COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA
4.2 CÓDIGO NORMA DE COMPETENCIA LABORAL	999999999
4.3 NOMBRE DE LA COMPETENCIA	
4.4 DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE (Horas)	864 horas

4.5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DENOMINACIÓN
APLICAR EN LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS REALES DEL SECTOR PRODUCTIVO, LOS CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS PERTINENTES A LAS COMPETENCIAS DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN ASUMIENDO ESTRATEGIAS Y METODOLOGÍAS DE AUTOGESTIÓN

4.6 CONOCIMIENTOS

4.6.1 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

4.6.2 CONOCIMIENTOS DEL SABER

4.7 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

4.8 PERFIL DEL INSTRUCTOR

4.8.1 Requisitos Académicos:

4.8.2 Experiencia laboral y/o especialización:
4.8.3 Competencias:

4. CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA	
4.1 NORMA / UNIDAD DE COMPETENCIA	Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
4.2 CÓDIGO NORMA DE COMPETENCIA LABORAL	220501046
4.3 NOMBRE DE LA COMPETENCIA	TIC
4.4 DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE (Horas)	48 horas

4.5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE
DENOMINACIÓN
RA3 EVALUAR LOS RESULTADOS, DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS.
RA2 APLICAR FUNCIONALIDADES DE HERRAMIENTAS Y SERVICIOS TIC, DE ACUERDO CON MANUALES DE USO, PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS Y BUENAS PRÁCTICAS.
RA4 OPTIMIZAR LOS RESULTADOS, DE ACUERDO CON LA VERIFICACIÓN.
RA1 ALISTAR HERRAMIENTAS DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC), DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.

4.6 CONOCIMIENTOS
4.6.1 CONOCIMIENTOS DE PROCESO
IDENTIFICAR EQUIPOS TIC, TIPOS DE SOFTWARE Y SERVICIOS DE INTERNET DISPONER EQUIPOS TIC, TIPOS DE SOFTWARE Y SERVICIOS DE INTERNET MANEJAR COMPUTADORES, PERIFÉRICOS, TABLETAS, EQUIPOS MÓVILES Y REPRODUCTORES DE MEDIOS ELECTRÓNICOS APLICAR FUNCIONALIDADES DE SISTEMAS OPERATIVOS MANEJAR PROCESADOR DE TEXTO, HOJA DE CÁLCULO, SOFTWARE PARA PRESENTACIONES, DIAGRAMACIÓN, BASES DE DATOS Y PROGRAMAS ESPECÍFICOS UTILIZAR MOTORES DE BÚSQUEDA, NAVEGACIÓN, CORREO ELECTRÓNICO, TRANSFERENCIA DE ARCHIVOS, CHAT, LISTAS DE CORREOS, BLOGS, WIKIS, FOROS WEB, SPACES, GRUPOS DE NOTICIAS, TELEFONÍA IP, TELEVISIÓN IP, COMPRAR EN INTERNET, E-LEARNING, MARKETING DIGITAL, TRABAJO COLABORATIVO, COMPUTACIÓN EN LA NUBE, REDES SOCIALES Y VIDEOCONFERENCIA POR INTERNET MANEJAR HERRAMIENTAS COLABORATIVAS EN INTERNET VALORAR RESULTADOS OBTENIDOS

APLICAR PROCESOS DE MEJORA

4.6.2 CONOCIMIENTOS DEL SABER

TECNOLOGÍA: CONCEPTO, TIPOS, CARACTERÍSTICAS
HERRAMIENTAS TIC: CLASES, CARACTERÍSTICAS, USOS
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN: CONCEPTO, COMPONENTES, CARACTERÍSTICAS, CLASIFICACIÓN, USOS, TENDENCIAS
EQUIPOS Y PERIFÉRICOS TIC
COMPUTADOR: CONCEPTO, ARQUITECTURA, FUNCIONAMIENTO, TIPOS, CARACTERÍSTICAS
PERIFÉRICOS: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN, CARACTERÍSTICAS, FUNCIONAMIENTO
OTROS (TABLETAS, EQUIPOS MÓVILES, REPRODUCTORES DE MEDIOS ELECTRÓNICOS): CONCEPTO, FUNCIONAMIENTO, TIPOS, CARACTERÍSTICAS
REDES DE DATOS: CONCEPTO, CONECTIVIDAD, TIPOS, CARACTERÍSTICAS, USOS, SERVICIOS
SOFTWARE: CONCEPTO, HERRAMIENTAS, FUNCIONES, PROPIEDADES

TIPOS DE SOFTWARE:
SOFTWARE DE SISTEMA (SISTEMA OPERATIVO): CONCEPTO, CLASES, FUNCIONES, CARACTERÍSTICAS, USOS
SOFTWARE DE APLICACIÓN (PROCESADOR DE TEXTO, HOJA DE CÁLCULO, PROGRAMA DE PRESENTACIÓN, BASE DE DATOS, DIAGRAMACIÓN, SOFTWARE ESPECÍFICO): CONCEPTO, CLASES, FUNCIONES, CARACTERÍSTICAS, USOS
SOFTWARE DE DESARROLLO: CONCEPTO, CLASES, FUNCIONES, CARACTERÍSTICAS, USOS

INTERNET:
DEFINICIÓN, HISTORIA, EVOLUCIÓN, ARQUITECTURA, UTILIDADES
CONEXIÓN: TIPOS, CONFIGURACIÓN, CARACTERÍSTICAS
HERRAMIENTAS COLABORATIVAS

SERVICIOS DE INTERNET:
(NAVEGACIÓN, CORREO ELECTRÓNICO, TRANSFERENCIA DE ARCHIVOS, BÚSQUEDAS, LISTAS DE CORREOS, GRUPOS DE NOTICIAS, CHATS, BLOGS, WIKIS, FOROS WEB, SPACES, REDES SOCIALES, INTERCAMBIO DE ARCHIVOS P2P, TELEFONÍA VOIP, TELEVISIÓN IPTV, COMPRAR EN INTERNET, E-LEARNING, MARKETING DIGITAL, TRABAJO COLABORATIVO, COMPUTACIÓN EN LA NUBE): CONCEPTO, REQUERIMIENTOS, TIPOS, UTILIDADES, APLICACIONES, VENTAJAS, DESVENTAJAS
VERIFICACIÓN DE RESULTADOS: OBJETO, TÉCNICAS
OPTIMIZACIÓN: DEFINICIÓN, OBJETO, IMPLEMENTACIÓN

4.7 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

ESCOGE EQUIPOS TIC, TIPOS DE SOFTWARE Y SERVICIOS DE INTERNET, DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN Y CARACTERÍSTICAS.

MANEJA COMPUTADORES, TABLETAS, CELULARES Y OTROS EQUIPOS TIC, DE ACUERDO CON LAS FUNCIONALIDADES DE LOS MISMOS.

MANEJA PROCESADOR DE TEXTO, HOJA DE CÁLCULO, SOFTWARE PARA PRESENTACIONES, DIAGRAMACIÓN, BASES DE DATOS Y SOFTWARE ESPECÍFICO, DE ACUERDO CON LAS FUNCIONALIDADES DE CADA PROGRAMA Y LAS NECESIDADES DE MANEJO DE LA INFORMACIÓN.

UTILIZA MOTORES DE BÚSQUEDA, NAVEGACIÓN, CORREO ELECTRÓNICO, TRANSFERENCIA DE ARCHIVOS, CHAT, LISTAS DE CORREOS, BLOGS, WIKIS, FOROS WEB, SPACES, GRUPOS DE NOTICIAS, TELEFONÍA IP, TELEVISIÓN IP, COMPRAR EN INTERNET, E-DEARNING, MARKETING DIGITAL, TRABAJO COLABORATIVO, COMPUTACIÓN EN LA NUBE, REDES SOCIALES Y VIDEOCONFERENCIA POR INTERNET, DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.

MANEJA HERRAMIENTAS COLABORATIVAS EN INTERNET, DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL EQUIPO DE TRABAJO.

4.8 PERFIL DEL INSTRUCTOR

4.8.1 Requisitos Académicos:

ALTERNATIVA 1
TECNÓLOGO EN NÚCLEOS BÁSICOS DE CONOCIMIENTO DE: INGENIERÍA DE SISTEMAS, TELEMÁTICA Y AFINES. VER ANEXOS: (N.B.C.), (TITULOS SENA).

ALTERNATIVA 2
PROFESIONAL UNIVERSITARIO EN NÚCLEOS BÁSICOS DE CONOCIMIENTO DE: EDUCACIÓN; O INGENIERÍA DE SISTEMAS, TELEMÁTICA Y AFINES; O INGENIERÍA ELECTRÓNICA, TELECOMUNICACIONES Y AFINES; O ADMINISTRACIÓN. (VER ANEXO N.B.C) TARJETA PROFESIONAL EN LOS CASOS EXIGIDOS POR LA LEY.

4.8.2 Experiencia laboral y/o especialización:

ALTERNATIVA 1
TREINTA (30) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DIECIOCHO (18) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE EDUMÁTICA EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA

ALTERNATIVA 2
VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE EDUMÁTICA EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA.

4.8.3 Competencias:

COMPETENCIAS COMUNES
ORIENTACIÓN A RESULTADOS
ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO
TRANSPARENCIA
COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1458 DE 2017 ANEXO NO. 2)
1. EXPERTICIA TÉCNICA
2. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN
3. APRENDIZAJE CONTINUO
4. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

4.9 MATERIALES DE FORMACIÓN

Tipo Material	Descripción del Material	Codificación ORIONS	Unidades	Cantidad

4.10 REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS PARA LA COMPETENCIA DE FORMACIÓN

6. CONTROL DEL DOCUMENTO

	NOMBRE	CARGO	DEPENDENCIA / RED	FECHA
Autor	IVAN VELEZ	GESTOR SECTORIAL RED DE COMERCIO Y VENTAS	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	21/08/2020
Autor	CLAUDIA JULIANA LEON PINTO	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES Y TURÍSTICOS. REGIONAL SANTANDER	21/08/2020
Autor	MARIA CONSUELO GOMEZ	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR / JUSTIFICACIÓN	CENTRO DE LA INDUSTRIA, LA EMPRESA Y LOS SERVICIOS. REGIONAL HUILA	26/08/2020
Autor	LUIS JOSE BARRIOS	ASESOR METODOLÓGICO DE DISEÑO	CENTRO PARA EL DESARROLLO AGROECOLÓGICO Y AGROINDUSTRIAL. REGIONAL ATLÁNTICO	26/08/2020
Autor	JOSE LUIS CASTAÑO	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS. REGIONAL CALDAS	26/08/2020
Autor	BELKIS ROSMILD MOLANO	ASESOR METODOLÓGICO DE DISEÑO	null. REGIONAL ANTIOQUIA	26/08/2020
Autor	NIDIA ALEXANDRA LEON	DINAMIZADORA SECTORIAL DE RED COMERCIO Y VENTAS	DIRECCION GENERAL. DIRECCIÓN GENERAL	26/08/2020
Autor	MARIA CLEMENCIA RAMIREZ	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO DE GESTION DE MERCADOS, LOGISTICA Y TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION. REGIONAL DISTRITO CAPITAL	26/08/2020
Autor	IVAN VELEZ VILLEGAS	APROBAR ANALISIS	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	26/08/2020

Autor	JAVIER DEL CARMEN MARTINEZ	VERIFICACIÓN TECNICA	CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS. REGIONAL BOLÍVAR	31/08/2020
Autor	ORLANDO OLIVA COBOS	ACTIVAR PROGRAMA	CENTRO DE SERVICIOS FINANCIEROS. REGIONAL DISTRITO CAPITAL	09/06/2022
Autor	ORLANDO OLIVA COBOS	INACTIVAR PROGRAMA	CENTRO DE SERVICIOS FINANCIEROS. REGIONAL DISTRITO CAPITAL	19/07/2022
Aprobación	IVAN VELEZ VILLEGAS		CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO.	23/10/2020

CONTROL DE CAMBIOS

	NOMBRE	CARGO	DEPENDENCIA / RED	FECHA

-PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: TECNOLOGIA EN DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO
- **Código del Programa de Formación:** 124101 - V01
- **Nombre del Proyecto:** Estructuración de un plan de mercadeo de productos y
- servicios para mi pymes
- **Fase del Proyecto:** Análisis
- **Actividad de Proyecto**: Caracterizar el comportamiento del mercado realizando una investigación de acuerdo con objetivos organizacionales.
- **Competencia:**
  - 260101061 Preparación del plan de mercadeo
  - 240201529 Cultura emprendedora y empresarial
  - 240201528 Matemáticas
- **Resultados de Aprendizaje**:

  TECNICO
  - 26010106101 Interpretar la situación actual del mercado a partir de resultados del diagnóstico.

  TRANSVERSAL
  - 24020152901 Integrar elementos de la cultura emprendedora teniendo en cuenta el perfil personal y el contexto de desarrollo social.
  - 24020152902 Caracterizar la idea de negocio teniendo en cuenta las oportunidades y necesidades del sector productivo y social.
  - 24020152903 Estructurar el plan de negocio de acuerdo con las características empresariales y tendencias de mercado.
  - 24020152904 Valorar la propuesta de negocio conforme con su estructura y necesidades del sector productivo y social.

  CLAVE
  - 24020152801 Identificar modelos matemáticos de acuerdo con los requerimientos del problema planteado en contextos sociales y productivos.
  - 24020152802 Plantear problemas matemáticos a partir de situaciones generadas en el contexto social y productivo.

- 24020152803 Resolver problemas matemáticos a partir de situaciones generadas en el contexto social y productivo.

- 24020152804 Proponer acciones de mejora frente a los resultados de los procedimientos matemáticos de acuerdo con el problema planteado.

- **Duración de la Guía:** 288 horas
- Técnico: 192 horas + Transversal: 48 horas + Clave: 48 horas

2. PRESENTACIÓN



En la actualidad el mercadeo es de gran importancia para las organizaciones ya que responde al mercado cambiante y globalizado en el que vivimos, en esta fase inicial es necesario Interpretar la situación actual del mercado a partir de resultados del diagnóstico, resaltando la importancia de ubicar a las organizaciones en plataformas estratégicas en donde defina el direccionamiento estratégico, el análisis situacional, se identifiquen las variables internas y externas empresariales con el uso de herramientas de diagnóstico acordes a un entorno exigente y ajustable a los cambios de una economía globalizada.

Una vez elaborado el diagnostico situacional es necesario reconocer las variables de la mezcla de mercadeo: producto, precio, plaza y distribución, promoción y publicidad como las clasifico McCarthy (1960) análisis propicio para el cumplimiento de los objetivos orientados hacia el desarrollo de una cultura emprendedora y empresarial en el desarrollo del proyecto productivo acorde con las oportunidades y necesidades del sector.

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE



Actividades aprendizaje – área desarrollo cognitivo:

- Reconocer los elementos de la cultura emprendedora acorde con las necesidades del sector productivo.
- Identificar las variables del entorno empresarial teniendo en cuenta el comportamiento del mercado.

Actividad de reflexión inicial.

1. Reflexiona sobre la frase de Stanislaw Lem (1964) “Un sueño solo puede triunfar sobre la realidad si se le da la oportunidad” escriba 5 conclusiones según su experiencia personal.

2. En esta oportunidad observaremos el video “La línea” porque los colombianos somos pobres ubicado en el siguiente link https://youtu.be/PoPBXwaPAoE realice una síntesis que es una forma abreviada de resumen de 15 renglones en donde debe parafrasear con sus propias palabras sobre la temática del video.

Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

3. Según su experiencia responda los interrogantes de tal forma que le permita alcanzar una conclusión:

a. Escriba 5 oportunidades que se le han presentado, en su vida

b. ¿Cuál ha sido su actitud frente a esas oportunidades?

c. ¿Ha pensado alguna vez que la vida no le brinda oportunidades?

d. ¿Ha perdido alguna vez una oportunidad? Coméntela?

e. ¿Cree que todavía está a tiempo de hacer realidad esas metas que se ha trazado en su vida?

f. Mencione que ideas innovadoras se le han ocurrido en el transcurso de su vida.

g. ¿Cuáles de esas ideas ha llegado a realizar?

h. Si su respuesta es ninguna, ¿qué cree que le ha impedido llevarlas a cabo?

i. ¿Cree que todavía tiene oportunidad de generar ideas innovadoras o ya está todo creado?

j. ¿Si llevó a cabo una o varias ideas que ha pasado con ellas?

k. ¿Qué se debe tener en cuenta para elaborar una idea de negocios o proyecto?

I. ¿Qué aptitudes y que actitudes debe tener un emprendedor? Enúncielos y explíquelos.

Actividades de apropiación del conocimiento



4. En los siguientes link encontrara videos de emprendimientos exitosos como el Circo del Sol https://youtu.be/KXvaLopBoxk, La estrategia del Océano Azul https://youtu.be/40mJno6Zua0 y Creatividad e Innovación https://youtu.be/m--qj01aPSI

Realizar un video utilizando herramientas como powtoons https://www.powtoon.com/g/es/ animaker https://www.animaker.es/ en donde explique la importancia de tener ideas de negocio innovadoras y con un componente diferenciador.

5. El instructor dará una charla magistral sobre emprendimiento, lienzo modelo de negocios Canvas, la rueda de la vida y estrategia Blue Ocean/Océano Azul con el ejemplo del Circo del Sol. A partir de esta información deben visualizar la idea de negocio para su proyecto productivo en grupos de trabajo.

6. En el siguiente Link http://es.slideshare.net/mmaciasr/tu-modelo-de-negocio-personal encontrara la forma de realizar el lienzo modelo de negocio Canvas personal y la rueda de la vida. Realizar de forma individual el modelo de negocio Canvas personal y la rueda de la vida partiendo de lo que está viviendo en este momento.

7. Después de la explicación dada por su instructor sobre la temática: plataforma estratégica, organización, empresa, estructura organizacional, niveles jerárquicos direccionamiento estratégico, entorno organizacional, análisis situacional y matriz DOFA realizar de forma individual el Taller N°1. Se pueden apoyar en la biblioteca física del centro de formación o utilizar las bases de datos en el link de la biblioteca del Sena http://biblioteca.sena.edu.co/ Para el ingreso su usuario y contraseña es el mismo número de su documento de identidad.

8. Una vez investigada la temática reforzara sus conocimientos en grupos de trabajo analizando y respondiendo las siguientes preguntas sobre la temática:

a. ¿Por qué es importante para las empresas tener una plataforma estratégica?
b. ¿Únicamente deben conocer la plataforma estratégica los directivos de las organizaciones para que los empleados no filtren información confidencial?
c. ¿Realmente funciona tener una planeación estratégica en las organizaciones?

d. ¿La estructura interna de la organización debe estar acorde con la imagen que quiere proyectar en el mercado?
e. ¿La empresa debe monitorear permanentemente el análisis interno y externo de la empresa?
f. ¿Las organizaciones más competitivas son las que realizan una planeación de sus actividades?
g. ¿Una organización debe realizar un análisis DOFA para permanecer activa y competitiva dentro de una economía?

9. En este momento de apropiarse del Glosario de palabras que se encuentra al final de la guía de aprendizaje, por medio de un crucigrama, el cual será entregado sin resolver a un compañero con mínimo 15 palabras horizontales y 15 verticales, ponga un poco de dificultad en las pistas para incrementar los conocimientos de los otros aprendices.

10. El instructor dará una explicación sobre la temática marketing mix o mezcla de mercadeo: producto, precio, distribución, plaza, promoción y publicidad realizar el Taller N°2. Se pueden apoyar en la biblioteca física del centro de formación o utilizar las bases de datos en el link de la biblioteca del Sena http://biblioteca.sena.edu.co/ Para el ingreso su usuario y contraseña es el mismo número de su documento de identidad.

11. Para reforzar sus conocimientos y socializar la temática anterior se reúnen en grupos de trabajo o Gaes y responden analíticamente las siguientes preguntas:
a. ¿Por qué consideran que es importante estudiar las variables de la mezcla de mercadeo o Marketing Mix?
b. ¿Realmente un producto o servicio encuentra el éxito si se utilizan las variables del marketing mix?
c. ¿Por qué es más importante en este momento hablar de experiencias que de servicios?
d. ¿Los consumidores toman decisiones de compra basados en los atributos de los productos? Justifique su respuesta
e. ¿Es importante el precio en el momento de realizar una compra?
f. ¿Le gusta más comprar los productos de consumo masivo en supermercados o en tiendas de descuento duro o hard discount? Justifique su respuesta
g. ¿Los productos o servicios deben estar al alcance de los consumidores finales?
h. ¿Cuál es la importancia de comunicar los productos o servicios de las empresas?
i. ¿Es más exitosa una campaña de promoción o una de publicidad?

Actividad aprendizaje – área procedimental:

- Proponer la idea de negocio para su plan de mercadeo de acuerdo con las tendencias de mercado.
- Aplicar problemas matemáticos según contextos productivos.
- Elaborar el direccionamiento estratégico teniendo en cuenta el comportamiento del

mercado.

Actividad aprendizaje – área valorativa:

- Analizar el compromiso social y ambiental del direccionamiento estratégico teniendo en cuenta las políticas empresariales.

Actividades de transferencia del conocimiento:

12. En equipos de trabajo estructurar la idea de negocio innovadora y con un componente diferenciador para su proyecto productivo, recuerde tener en cuenta el compromiso social y ambiental del marketing en sus proyectos. Cada uno de los participantes del Gaes deben pensar en una idea de negocio y con la lista de verificación adjunta seleccionar la idónea para su proyecto, recuerden que esta idea los acompañara en el transcurso de la tecnología en Desarrollo de procesos de mercadeo.

13. Una vez seleccionada la idea de negocio para el proyecto productivo deben en Gaes o grupos de trabajo realizar el direccionamiento estratégico en la lista de verificación adjunta encontrara la información que debe contener.
14. Realizar la sustentación del direccionamiento estratégico realizado al proyecto productivo en grupos de trabajo o Gaes, el instructor utilizara la lista de chequeo adjunta para medir su desempeño.

Ambiente Requerido:

- Ambiente de aprendizaje con capacidad para 18 personas, mesas y sillas ergonómicas, propicios para el manejo de la comunicación asertiva.
- Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal con elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.
- Ambiente Virtual de aprendizaje: Sistema de gestión de aprendizaje (LMS), recursos educativos y biblioteca virtual.

Materiales:

- Computadores, televisor e impresora láser. Marcador borrable, resma de papel tamaño carta, memoria USB, marcadores borrables, marcador permanente y resma de papel tamaño oficio.

4. Actividades de evaluación

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de Conocimiento: respuesta a preguntas sobre: análisis situacional, entornos, direccionamiento estratégico.	Describe análisis situacional teniendo en cuenta tendencias del entorno.	Técnica de evaluación: Valoración de conocimiento Instrumento de evaluación:

	Relaciona las variables de mercadeo según entorno organizacional.	Cuestionario
Evidencia de Producto: Direccionamiento estratégico	Plantea ideas de negocio a partir de oportunidades y necesidades del mercado conforme con el análisis sectorial. Estructura un perfil de emprendedor teniendo en cuenta las habilidades y principios de la gestión empresarial. Construye propuestas empresariales y de negocio teniendo en cuenta las necesidades y segmentación del mercado. Determina el impacto del plan de negocio conforme con las atribuciones y dinámicas del sector productivo.	Técnica de Evaluación: Valoración de producto. Instrumento de evaluación: Lista de Verificación.
Evidencia de Desempeño: Sustentación del Direccionamiento estratégico	Plantea ecuaciones o sistemas de ecuaciones de acuerdo con la relación entre las variables. Presenta solución a problemas mediante figuras geométricas. Aplica procedimientos aritméticos y algebraicos según el problema planteado. Selecciona las herramientas	Técnica de evaluación: Valoración de desempeño. Instrumento de evaluación: Lista de Chequeo

	computacionales para la verificación de los resultados de acuerdo con los requerimientos matemáticos. Elabora una propuesta de solución alternativa a partir de los procedimientos matemáticos inicialmente planteados.	
Evidencia de Producto: Talleres de Matemáticas	Plantea ecuaciones o sistemas de ecuaciones de acuerdo con la relación entre las variables. Presenta solución a problemas mediante figuras geométricas. Aplica procedimientos aritméticos y algebraicos según el problema planteado. Selecciona las herramientas computacionales para la verificación de los resultados de acuerdo con los requerimientos matemáticos. Elabora una propuesta de solución alternativa a partir de los procedimientos matemáticos inicialmente planteados.	Técnica de Evaluación: Valoración de producto. Instrumento de Evaluación: Guía para la realización de un taller

5. Glosario de términos

ANÁLISIS DOFA: Análisis interno de una organización con el fin de establecer los puntos débiles y los puntos fuertes, y de su entorno con el fin de identificar las amenazas para la organización y las oportunidades que le ofrecen. Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas. También conocida como matriz FODA o análisis SWOT en inglés, es una herramienta utilizada para la formulación y evaluación de estrategia.

ANÁLISIS EXTERNO: La organización no existe ni puede existir fuera de un ambiente, fuera de ese en-torno que le rodea; así que el análisis externo permite fijar las oportunidades y amenazas que el contexto puede presentarle a una organización.

ANÁLISIS INTERNO: El análisis interno permite fijar las fortalezas y debilidades de la organización, realizando un estudio que permite conocer la cantidad y calidad de los recursos y procesos con que cuenta el ente.

BRAINSTORMING: O tormenta de ideas, todo un clásico en las técnicas grupales para generar ideas.

CAPITAL INTELECTUAL: Posesión de conocimientos, experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con los clientes y destrezas, que dan a las empresas una ventaja competitiva en los mercados. Compuesto por todos aquellos activos intangibles que generan valor de futuro para las compañías.

CAPITAL SEMILLA: Fondos para apoyar el arranque inicial de una empresa.

CREACIÓN EN SUEÑOS: Que aprovecha el poder creativo del sueño y estados de sopor para solucionar un problema, se basa en la interiorización de la cuestión a solventar antes de ir a dormir, y en tener a mano papel y lápiz para anotar las imágenes y asociaciones llegadas en estos momentos.

DEMANDA: Número de personas interesadas por un determinado producto, servicio o marca. La actividad desarrollada por el departamento de marketing deberá ir encaminada a adecuar lo mejor posible la necesidad ilimitada que existe en el mercado frente los recursos limitados de los que dispone el consumidor.

DO IT, que además de traducirse como "Hazlo", corresponde a las iniciales de las fases de la técnica, Definir el problema, Open (abrir la mente a múltiples soluciones), Identificar la mejor solución y Transformarla en acción eficazmente.

EMPRENDEDOR: Persona con capacidad de visualizar oportunidades de mercado y de articular los recursos necesarios para poner en marcha una actividad productiva. El emprendedor espera obtener a cambio una retribución que está fundamentada en la

maximización del valor empresarial de su iniciativa.

EMPRESA: Actividad económica organizada para la producción, transformación, comercialización, administración o custodia de bienes o para la prestación de servicios. Tiene como propósito crear un cliente, en ese sentido la empresa comercial tiene dos funciones cruciales: la comercialización y la innovación.

ESTRATEGIA DE MERCADEO: Plan general para usar los elementos de la mezcla de mercadeo con el fin de desarrollar el programa correspondiente.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: Es la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre gerentes y gerentes y entre empleados y empleados.

FUENTES DE FINANCIACIÓN: Mecanismos que permiten a una empresa contar con los recursos económicos necesarios para el cumplimiento de los objetivos de creación, desarrollo, posicionamiento y consolidación empresarial.

GESTIÓN: Acción de llevar a cabo un proceso complejo, que involucra factores como la creatividad, la innovación y que asume un enfoque proactivo.

NNOVACIÓN: Aplicación de nuevas técnicas o procesos productivos. Introducción de nuevos productos, procesos o servicios en el mercado que abran la posibilidad de producir los mismos bienes utilizando menores recursos, bienes nuevos o de mejor calidad, constituyendo un elemento importante para el crecimiento económico.

INVERSIONISTAS: Personas o grupos de personas con experiencia en negocios que invierten capitales en nuevas empresas a las cuales les brindan acompañamiento y asesoría, aumentando sus probabilidades de éxito.

MARKETING: Proceso social y de gestión a través del cual los diferentes grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos de valor por otros.

MERCADOTECNIA: Trabajar con mercados para que se lleven a cabo intercambios con la finalidad de satisfacer las necesidades y los deseos de los seres humanos.

MEZCLA DE MERCADOTECNIA (EN INGLÉS: MARKETING MIX): Forma parte de un nivel táctico de la mercadotecnia, en el cual, las estrategias se transforman en programas concretos para que una empresa pueda llegar al mercado con un producto satisfactor de necesidades y/o deseos, a un precio conveniente, con un mensaje apropiado y un sistema de distribución que coloque el producto en el lugar correcto y en el momento más oportuno.

MODELO DE NEGOCIO: Forma en la cual una iniciativa empresarial define la manera en la que se generarán sus ingresos y beneficios.

NECESIDAD: La sensación de carencia física, fisiológica o psicológica común a todas las personas que conforman el mercado.

NICHO DE MERCADO: (a diferencia de los segmentos de mercado que son grupos de mayor tamaño y de fácil identificación), es un grupo más reducido (de personas, empresas u organizaciones), con necesidades y/o deseos específicos, voluntad para satisfacerlos y capacidad económica para realizar la compra o adquisición.

NORMAS ISO: Son generadas por la INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARIZATION, cuya sigla es ISO, esta organización está formada por los organismos de normalización de casi todos los países del mundo.

NORMA ISO 9000: Describe los fundamentos de los sistemas de ges-tión de la calidad y especifica la terminología para los sistemas de ges-tión de la calidad.

OFERTA: Es el conjunto de bienes o servicios que se orientan a satisfacer la demanda detectada en el mercado, generalmente queda suficientemente cubierta por las empresas.

OPORTUNIDAD DE NEGOCIO: Es la capacidad de identificar un problema en tu entorno y convertirlo en una idea de negocio a través de la búsqueda de la solución. Este concepto está vinculado al término dolor que se utiliza también para identificar una necesidad en el mercado.

PLANES DE ACCIÓN: Son instrumentos gerenciales de programación y control de la ejecución anual de los proyectos y actividades que deben llevar a cabo las dependencias para dar cumplimiento a las estrategias y proyectos establecidos en el Plan Estratégico.

PLAN DE MERCADEO: Es un documento maestro en el que se registran las acciones estratégicas que la organización va a realizar, tendientes a satisfacer las necesidades del mercado objetivo en el que se encuentran sus clientes reales y potenciales.

PLAN DE MERCADOTECNIA: Es un valioso instrumento que sirve de guía a todas las personas que están vinculadas con las actividades de mercadotecnia de una empresa u organización porque describe aspectos tan importantes como los objetivos de mercadotecnia que se pretenden lograr, el cómo se los va a alcanzar, los recursos que se van a emplear, el cronograma de las actividades de mercadotecnia que se van a implementar y los métodos de control y monitoreo que se van a utilizar para realizar los ajustes que sean necesarios.

PLAN DE NEGOCIO: Es un documento formal, elaborado por escrito, que define con

claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos que se van a emplear para alcanzarlos. El Plan de Negocios ayuda a asignar los recursos en forma apropiada, manejar complicaciones imprevistas y tomar buenas decisiones.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: Se realiza a nivel de la organización, es decir, considera un enfoque global de la empresa, por lo que se basa en objetivos y estrategias generales, así como en planes estratégicos, que afectan una gran variedad de actividades.

PROMOCIÓN: Tarea de informar e influir en los consumidores para elegir un producto o servicio determinado.

PROMOCIÓN DE VENTAS: Técnicas utilizadas como complemento de la publicidad, las ventas personales, etc. Como, por ejemplo, concursos, premios, etc.

PROPIEDAD INTELECTUAL: Conjunto de derechos de exclusividad sobre obras creadas por una persona natural, fruto de su ingenio y creatividad, aplicadas a la industria, el comercio y las artes, con efectos económicos y sociales, en un área geográfica determinada.

La propiedad Intelectual se divide en Propiedad Industrial y Derechos de Autor. A su vez, la Propiedad Industrial se divide en: Signos distintivos, en donde encontramos las marcas, los lemas comerciales y los nombres comerciales. La segunda división corresponde a nuevas creaciones, que corresponden a las patentes de invención, modelos de utilidad, diseños industriales y los secretos industriales. Los Derechos de Autor se dividen en obras artísticas, obras científicas, obras literarias y software.

PROPUESTA DE VALOR: Se refiere a la mezcla única de productos, servicios y beneficios que el proyecto o la empresa ofrece a sus clientes y que la hace diferente en el mercado y apreciado por los clientes. PERCEPCIÓN: Considerado como un acto voluntario posterior a la necesidad, lo podemos definir como la forma en que la persona manifiesta la voluntad de satisfacer la mencionada necesidad, los factores sociales, culturales y ambientales serán los que marquen los estímulos del marketing para su consecución.

RIESGO: Condición en la que existen posibilidades de que ocurra algo adverso que no permita el resultado positivo que se espera. Es el cálculo conjugado y anticipado de las posibles pérdidas ocasionadas de las amenazas y de las debilidades.

SENSIBILIZACIÓN: Proceso que despierta el interés por profundizar en temas específicos de emprendimiento empresarial, mediante diferentes estrategias y programas, cuya finalidad es motivar al público objetivo para que participe activamente en el proceso de creación de nuevas empresas.

VALORACIÓN DE EMPRESAS: Estudio financiero completo de la empresa que contempla el rango de valor de transacción bajo diferentes metodologías, evaluando y determinando

instrumentos de gerencia del valor.

VIABILIDAD DE PROYECTO: La viabilidad se refiere principalmente al hecho de que un determinado proyecto tenga resultados positivos, considerando toda la incertidumbre existente en el entorno económico donde este se llevará a cabo.

6. Referentes bibliográficos:

- **https://biblioteca.sena.edu.co/**

- Kotler, P; Keller, K. (2016). Dirección de marketing. Ed. 15. México. Pearson

- Prettel, G. (2016). Marketing, una herramienta para el crecimiento. Bogotá. Ediciones de la U

- Chiavenato, I. (2017). Planeación estratégica. Fundamentos y aplicaciones. 3 ed. México. McGraw Hill

- Rodríguez, J. (2017) Cómo aplicarla planeación estratégica a la pequeña y mediana empresas. Ed. 6. México D.F. Cengage Learning

- Armstrong, G. & Kotler, P. (2013). Fundamentos de Marketing. Ed. 11. México. Pearson Education

- Kotler, P. & Amstrong, G. (2017) Fundamentos de marketing. 13 Ed. México. Pearson Education

- Forero, S. (2017) Fundamentos de mercadeo. Bogotá. Ecoe Ediciones

- Stanton, W & Etzel, M. & Walker, B. (2007) Fundamentos de marketing. 14 ed. México. McGraw Hill

RUBLICA

Criterio de Evaluación	**Excelente**	**Bueno**	**Necesita Mejorar**
Análisis e Investigación	Diagnóstico profundo del mercado, cliente y competencia. Datos precisos respaldados con fuentes.	Análisis correcto, pero omite algunos datos relevantes del mercado o la competencia.	Investigación superficial; datos insuficientes o irrelevantes para el proyecto.
Definición de	Objetivos claramente	Objetivos	Objetivos confusos,

Objetivos	definidos bajo el método SMART (específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales).	identificables, pero les falta claridad o no son completamente medibles.	inalcanzables o desalineados con el propósito del proyecto.
Estrategia y Mezcla de Marketing	Estrategia innovadora y coherente. Mezcla de mercadeo (Las 4 P) óptima y adaptada al nicho.	Estrategia funcional; la mezcla de mercadeo es correcta pero convencional.	Estrategia y mezcla de mercadeo mal definida o contradictoria entre sí.
Implementación y Tácticas	Acciones claras, presupuesto detallado y cronograma realista. Asignación de responsabilidades definida.	Tácticas planeadas, pero con detalles vagos en el presupuesto o el cronograma.	Tácticas irrealistas, desorganizadas o sin plan de acción para su ejecución.
Métricas y Control	KPIs (indicadores clave de desempeño) establecidos y metodologías de control claras para medir el retorno de inversión (ROI).	Propone métricas básicas, pero los métodos de control son débiles o poco claros.	No establece KPIs ni mecanismos para evaluar el éxito o fracaso del proceso.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO:

	NOMBRE	CARGO	DEPENDENCIA	FECHA
Autor (es)	Claudia Juliana León Pinto	Instructora Técnica	Regional Santander/ Centro de Servicios empresariales y turísticos	25 de agosto de 2020
	Adriana López Duque	Instructora / Cuestionario	Centro de Comercio y turismo – Regional Quindío	

	José Luis Castaño Muñoz	Formador de formadores	Centro de Comercio y servicios – Regional Caldas	
	Iván Vélez Villegas	Gestor Red Comercio y ventas	Centro de Comercio y turismo – Regional Quindío	

8. CONTROL DE CAMBIO

	NOMBRE	CARGO	DEPEMDENCIA	FECHA	RAZON DE CAMBIO
autor (es)					