PROYECTO FORMATIVO

1. Información básica del proyecto

Código Proyecto SOFIA:	**2294073**	**Código del Programa SOFIA:**	**135329**	**Versión del Programa:**	**2**	**Fichas asociadas:**	**83**

1.1 Centro de Formación:	CENTRO DEL DISEÑO Y MANUFACTURA DEL CUERO	**1.2 Regional:**	REGIONAL ANTIOQUIA
1.3 Nombre del proyecto:	DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE MODA, SIGUIENDO LAS TENDENCIAS DEL MERCADO.		
1.4 Programa de Formación al que da respuesta:	MARKETING DIGITAL PARA EL SISTEMA MODA		
1.5 Tiempo estimado de ejecución del proyecto (meses):	15		
1.6 Empresas o instituciones que participan en su formulación o financiación: (si Existe)	SENA		
1.7 Palabras claves de búsqueda:	Marketing, Mercadeo, Digital, Moda, Vestuario, Calzado, Marroquineria, Accesorios.		

1.8 Número total de resultados de aprendizaje del programa de formación:	47	**1.9 Número de resultados de aprendizaje por tipo de competencia**	**1.9.1 Número de resultados de aprendizaje específicos que se alcanzan con el proyecto:**	46
			1.9.2 Número de resultados de aprendizaje transversales que se alcanzan con el proyecto:	0
			1.9.3 Número de resultados de aprendizaje básicos que se alcanzan con el proyecto:	1

2. Estructura del proyecto

2.1 Planteamiento del problema o necesidad que se pretende solucionar

Los nuevos desafíos por los que atraviesa el mundo actual, ha exigido la necesidad de adaptación a nuevos entornos, las organizaciones del sector moda no han sido ajenas a este suceso, por ello, las grandes empresas han realizado enormes esfuerzos por acogerse a nuevos canales de promoción y comercialización que les permita generar mayor alcance y aumento de sus ventas. Teniendo en cuenta este contexto, las pequeñas y medianas empresas se han visto obligadas a transformar sus procesos para permanecer vigentes en el mercado actual. Es así como surge un nuevo reto de transición desde el modelo tradicional hacia las nuevas tendencias de consumo y comercialización por medio de canales digitales que permitan traspasar barreras a través de la tecnología y la conectividad, generando importantes ventajas para el sector productivo.
Entre los factores de los últimos años que incrementaron el uso de las nuevas tecnologías para la promoción y comercialización de productos, es de resaltar la pandemia del Covid - 19, la cual marca un importante momento para la humanidad, donde surge mayormente la necesidad de acelerar la adaptación y búsqueda de nuevas formas para generar relaciones

sociales, culturales, económicas, entre otras, dadas las restricciones de movilidad y los protocolos para evitar el contagio y propagación del virus. Este hecho principalmente, trajo como consecuencia el crecimiento acelerado de plataformas de venta digital al convertirse en medios fundamentales de conexión y venta sin contacto físico a nivel global. Es así como se le atribuye la importancia de apropiar plataformas de venta digitales y la capacitacitación de personal con conocimientos idóneos en el tema del marketing digital, que estén en capacidad de apoyar a empresarios en el crecimiento de sus ventas y entablar relaciones cercanas con los clientes en el entorno virtual, generando una confianza en el producto y la empresa, a través de una comunicación asertiva.
Teniendo en cuenta lo planteado, se evidencia la necesidad de apoyar a las empresarios en la transición de la promoción y ventas de sus productos, a través de canales virtuales, haciendo uso efectivo de la tecnología para generar valor hacia los clientes, desde la formación de talento humano capacitado para el uso de comercios y medios digitales, como del manejo de nuevas herramientas.
De acuerdo a lo anterior, este proyecto gira alrededor de la siguiente pregunta orientadora:
¿Cómo apoyar la estructuración de la estrategia de marketing digital en el sector moda, de acuerdo con los objetivos de campaña y requerimientos de la empresa?

2.2 Justificación del proyecto

Los desafíos actuales implican pensarse en un mercado que ha cambiado de manera rápida y acelerada, en este punto se puede considerar que ha sido la globalización el elemento que ha llevado a estas transformaciones. En este sentido las empresas necesitan prepararse para hacer frente a estos desafíos y es allí donde ingresan temas como el mercadeo digital, como herramienta que les permite a las empresas crecer y mantenerse.

Con el fin de mejorar la competitividad de la industria nacional a través de un mejor posicionamiento en el mercado, es necesaria la incorporación, uso y seguimiento de nuevas técnicas y metodologías al momento de generar interacción con los clientes por las distintas redes y canales digitales disponibles, permitiendo aumentar la eficiencia y la pertinencia de estos canales, generando así, mecanismos que fortalezcan la participación en los mercados nacionales e internacionales. En la actualidad las empresas requieren de personas formadas y entrenadas en temas relacionados con mercadeo digital, dotados de habilidades y destrezas que permitan la generación de valor en las empresas, el crecimiento exponencial y el cambio cultural en las organizaciones que lleven a pensar en nuevas oportunidades de crecimiento

En este punto, este proyecto pretende que los participantes se involucren con el contexto del mercadeo digital desde sus conceptualizaciones, metodologías, prácticas y formas de plantearla desde el contexto empresarial que generen valor y transformación social y productiva. La formación pretende que el aprendiz asuma el mercadeo digital como un proceso que tiene como finalidad contribuir al desarrollo del ecosistema empresarial y social. El aprendiz aprenderá los fundamentos de mercadeo digital y la aplicación de metodologías y herramientas para su aplicación efectiva, así mismo también podrá y con esto apoyar a las empresas a desarrollarla de manera sistemática, estructurada y poder medir sus resultados.

Esta acción formativa será una ruta de navegación para los aprendices donde a través de procesos de formación técnica, social, tecnológica, cultural podrán desarrollar competencias necesarias para aplicar metodologías de aprendizaje innovadoras, acceso a tecnologías, plataformas y herramientas especializadas para los procesos, que se adapten y respondan a las necesidades puntuales del mercado, contribuyendo así con la formación integral y con la potenciación de las empresas del sector moda.

2.3 Objetivo general

Desarrollar competencias que apoyen la estructuración de la estrategia de marketing digital en el sector moda, de acuerdo con los objetivos de campaña y requerimientos de la empresa.

2.4 Objetivos específicos

1.Desarrollar competencias que apoyen la estructuración de la estrategia de marketing digital en el sector moda, de acuerdo con los objetivos de campaña y requerimientos de la empresa.
2.Definir las etapas del proceso de promoción y compra para generar conexión con los clientes y aumentar las ventas.
3.Interactuar con el cliente de acuerdo a la publicación de contenidos en redes sociales a través de un cronograma establecido, teniendo en cuenta las necesidades del la organización.
4.Monitorear la actividad en redes sociales con relación a la caracterización del producto de moda y propuesta de mejora de acuerdo a los datos obtenidos.

2.5 Alcance

2.5.1 Beneficiarios del proyecto	Aprendices del programa Técnico en Marketing Digital para el Sistema Moda, empresarios del sector moda.

2.5.2 Impacto	
Social:	Aportar a la comunidad talento humano íntegros con alto sentido de responsabilidad social que beneficien a la construcción de una sociedad justa y equitativa.
Económico:	Mejoramiento del alcance de la comunicación y el mercado de las empresas a través de la optimización y estandarización de las capacidades de su personal. Mejoramiento del desempeño de la empresa a partir del uso de canales digitales que permiten mejorar su presencia en el mercado, y por ende incrementar su oportunidades de aumentar ingresos.
Ambiental:	Talento humano con alto sentido de responsabilidad ambiental, con conocimientos en consumo sostenible y que realizan propuestas de mitigación y control de los impactos ambientales ocasionados en los procesos de comercialización.
Tecnológico:	Aporte en la transferencia de conocimientos de la implementación de nuevas tecnológicas a los procesos del mercadeo y las ventas.

2.5.3 Restricciones o riesgos asociados y alternativas de solución
Falta de compromiso y rechazo por parte de las empresas para el desarrollo del proyecto. Deserción de los aprendices durante el proceso formativo. Falta de presupuesto empresarial para el ingreso a nuevas tecnologías para la comercialización de sus productos. Falta de información e interés de las empresas por la apropiación de las nuevas tecnologías y su alcance. Falta de medios digitales apropiados para el aprendiz.

2.5.4. Productos o resultados del proyecto
Mapa mental marketing digital, sistema moda y atención al cliente. Infografía tipología de productos de moda. Mapa conceptual teniendo en cuenta los canales, tendencia y procesos del Servicio al Cliente en Redes Sociales. Branding de marca. Moodboard. Campaña de marketing digital para una empresa del sector moda. Protocolo de atención y fidelización de clientes para una empresa del sector moda. Presentación de contenidos digitales para el desarrollo de una campaña de marketing digital de una empresa del sector moda. Presentación de informe de datos obtenidos para identificar oportunidades y acciones de mejora a partir de la campaña de marketing digital para una empresa del sector moda. Diseño de informe descriptivo estadístico de la satisfacción del cliente, donde se incluya el plan de gestión de comunicación en crisis.

2.6 Innovación/Gestión Tecnológica	
El proyecto resuelve una necesidad del sector productivo?	SI
El proyecto mejora el proceso/producto/servicio existente?	SI
El proyecto involucra el uso de nuevas técnicas y tecnologías de proceso?	SI
Los productos finales son susceptibles a protección industrial y/o derechos de autor?	NO
Los productos obtenidos en el proyecto pueden ser posicionados en el mercado?	SI
2.7 Valoración Productiva	
Con el desarrollo del proyecto se puede satisfacer la necesidad de un cliente potencial?	SI
Viabilidad de proyecto para plan de negocio?	SI

3. Planeación del proyecto

3.1. Fases del Proyecto	3.2. Actividades del Proyecto	3.3. Resultados de Aprendizaje Específicos, Transversales y Básicos (a partir del programa de formación)	3.4. Competencia Asociada
ANÁLISIS	RECONOCER LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL ENFOCADAS EN EL SISTEMA MODA, TENIENDO EN CUENTA PARÁMETROS ÉTICOS E INTEGRALES DEL SER HUMANO.	629488 - RA1: RECONOCER LAS CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA MODA, CONFORME A LA ESTRATEGIA DE MERCADEO DE LA EMPRESA. (96 HORAS/ 2 CRÉDITOS).	291501019 - DEFINIR ALTERNATIVAS DE DISEÑO, SEGÚN NECESIDADES DEL CLIENTE Y CONDICIONES DE LA EMPRESA
ANÁLISIS	RECONOCER LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL ENFOCADAS EN EL SISTEMA MODA, TENIENDO EN CUENTA PARÁMETROS ÉTICOS E INTEGRALES DEL SER HUMANO.	629490 - RA3: PROMOVER EL USO RACIONAL DE LOS RECURSOS NATURALES A PARTIR DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD Y SUSTENTABILIDAD ÉTICA Y NORMATIVA VIGENTE. (12 HORAS).	240201526 - Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
ANÁLISIS	RECONOCER LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL ENFOCADAS EN EL SISTEMA MODA, TENIENDO EN CUENTA	629491 - RA2: ESTABLECER RELACIONES DE CRECIMIENTO PERSONAL Y COMUNITARIO A PARTIR DEL BIEN COMÚN COMO APORTE PARA EL DESARROLLO SOCIAL. (12 HORAS).	240201526 - Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.

	PARÁMETROS ÉTICOS E INTEGRALES DEL SER HUMANO.		
ANÁLISIS	RECONOCER LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL ENFOCADAS EN EL SISTEMA MODA, TENIENDO EN CUENTA PARÁMETROS ÉTICOS E INTEGRALES DEL SER HUMANO.	629492 - 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. (12 HORAS).	240201526 - Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
ANÁLISIS	RECONOCER LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL ENFOCADAS EN EL SISTEMA MODA, TENIENDO EN CUENTA PARÁMETROS ÉTICOS E INTEGRALES DEL SER HUMANO.	629493 - RA4: CONTRIBUIR CON EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA DE PAZ A PARTIR DE LA DIGNIDAD HUMANA Y LAS ESTRATEGIAS PARA LA TRANSFORMACIÓN DE CONFLICTOS. (12 HORAS).	240201526 - Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
ANÁLISIS	RECONOCER LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL ENFOCADAS EN EL SISTEMA MODA, TENIENDO EN CUENTA PARÁMETROS ÉTICOS E INTEGRALES DEL SER HUMANO.	629525 - RA1: RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA. (48 HORAS/1 CRÉDITOS).	210601020 - Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa
ANÁLISIS	RECONOCER LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL ENFOCADAS EN EL SISTEMA MODA, TENIENDO EN CUENTA PARÁMETROS ÉTICOS E INTEGRALES DEL SER HUMANO.	629528 - RA1: RECONOCER EL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE LA MARCA (48 HORAS / 1 CRÉDITO).	260101055 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN AL TENER INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES, RESPONDIENDO A SUS SOLICITUDES Y MEJORANDO SU EXPERIENCIA CON EL PRODUCTO Y LA EMPRESA	629489 - RA3: ADAPTAR PIEZAS COMUNICACIONALES DIGITALES, DE ACUERDO A LA ESTRATEGIA DE MERCADEO. (96 HORAS/2 CRÉDITOS).	291501019 - DEFINIR ALTERNATIVAS DE DISEÑO, SEGÚN NECESIDADES DEL CLIENTE Y CONDICIONES DE LA EMPRESA
EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN AL TENER INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES, RESPONDIENDO A SUS SOLICITUDES Y MEJORANDO SU EXPERIENCIA CON EL PRODUCTO Y LA EMPRESA	629524 - RA2: ESTABLECER RELACIONES CON LOS CLIENTES POTENCIALES DE ACUERDO A LAS NECESIDADES DE LA ESTRATEGIA DIGITAL. (48 HORAS/1 CRÉDITOS).	210601020 - Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa
EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN AL TENER INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES, RESPONDIENDO A SUS SOLICITUDES Y	629526 - RA3: INTERACTUAR CON LOS CLIENTES, POR MEDIO DE REDES SOCIALES, DE ACUERDO CON LA ESTRATEGIA DIGITAL. (48 HORAS/1 CRÉDITOS).	210601020 - Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa

	MEJORANDO SU EXPERIENCIA CON EL PRODUCTO Y LA EMPRESA		
EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN AL TENER INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES, RESPONDIENDO A SUS SOLICITUDES Y MEJORANDO SU EXPERIENCIA CON EL PRODUCTO Y LA EMPRESA	629529 - RA3: EJECUTAR LAS PROPUESTAS DE MERCADEO, DE ACUERDO CON EL PLAN DE MARKETING DIGITAL DEFINIDO POR LA ORGANIZACIÓN (96 HORAS / 2 CRÉDITO).	260101055 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN AL TENER INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES, RESPONDIENDO A SUS SOLICITUDES Y MEJORANDO SU EXPERIENCIA CON EL PRODUCTO Y LA EMPRESA	629535 - RA1: COMPRENDER INFORMACIÓN BÁSICA ORAL Y ESCRITA EN INGLÉS ACERCA DE SÍ MISMO, DE LAS PERSONAS Y DE SU CONTEXTO INMEDIATO EN REALIDADES PRESENTES E HISTORIAS DE VIDA	240202501 - 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.
EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN AL TENER INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES, RESPONDIENDO A SUS SOLICITUDES Y MEJORANDO SU EXPERIENCIA CON EL PRODUCTO Y LA EMPRESA	629536 - RA2: DESCRIBIR A NIVEL BÁSICO, DE FORMA ORAL Y ESCRITA EN INGLÉS PERSONAS, SITUACIONES Y LUGARES DE ACUERDO CON SUS COSTUMBRES Y EXPERIENCIAS DE VIDA.	240202501 - 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.
EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN AL TENER INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES, RESPONDIENDO A SUS SOLICITUDES Y MEJORANDO SU EXPERIENCIA CON EL PRODUCTO Y LA EMPRESA	629537 - RA4: REPORTAR LAS CONDICIONES Y ACTOS QUE AFECTEN LA PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y LA SST, DE ACUERDO CON LOS LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS EN EL CONTEXTO ORGANIZACIONAL Y SOCIAL. (12 HORAS).	220601501 - APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.
EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN AL TENER INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES, RESPONDIENDO A SUS SOLICITUDES Y MEJORANDO SU EXPERIENCIA CON EL PRODUCTO Y LA EMPRESA	629538 - RA1: INTERPRETAR LOS PROBLEMAS AMBIENTALES Y DE SST TENIENDO EN CUENTA LOS PLANES Y PROGRAMAS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN Y EL ENTORNO SOCIAL. (12 HORAS).	220601501 - APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.
EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN AL TENER INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES, RESPONDIENDO A SUS SOLICITUDES Y MEJORANDO SU EXPERIENCIA CON EL PRODUCTO Y LA EMPRESA	629539 - RA3: VERIFICAR LAS CONDICIONES AMBIENTALES Y DE SST ACORDE CON LOS LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS PARA EL ÁREA DE DESEMPEÑO LABORAL. (12 HORAS).	220601501 - APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.

EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN AL TENER INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES, RESPONDIENDO A SUS SOLICITUDES Y MEJORANDO SU EXPERIENCIA CON EL PRODUCTO Y LA EMPRESA	629540 - RA2: EFECTUAR LAS ACCIONES PARA LA PREVENCIÓN Y CONTROL DE LA PROBLEMÁTICA AMBIENTAL Y DE SST, TENIENDO EN CUENTA LOS PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN. (12 HORAS).	220601501 - APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.
EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN AL TENER INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES, RESPONDIENDO A SUS SOLICITUDES Y MEJORANDO SU EXPERIENCIA CON EL PRODUCTO Y LA EMPRESA	629541 - RA3: EJECUTAR ACTIVIDADES DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO ORIENTADAS HACIA EL MEJORAMIENTO DE LA CONDICIÓN FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVO Y SOCIAL. (12 HORAS).	230101507 - GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN AL TENER INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES, RESPONDIENDO A SUS SOLICITUDES Y MEJORANDO SU EXPERIENCIA CON EL PRODUCTO Y LA EMPRESA	629542 - RA1. DESARROLLAR HABILIDADES PSICOMOTRICES EN EL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL. (12 HORAS).	230101507 - GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN AL TENER INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES, RESPONDIENDO A SUS SOLICITUDES Y MEJORANDO SU EXPERIENCIA CON EL PRODUCTO Y LA EMPRESA	629543 - RA4: IMPLEMENTAR UN PLAN DE ERGONOMÍA Y PAUSAS ACTIVAS SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LA FUNCIÓN PRODUCTIVA. (12 HORAS).	230101507 - GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN AL TENER INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES, RESPONDIENDO A SUS SOLICITUDES Y MEJORANDO SU EXPERIENCIA CON EL PRODUCTO Y LA EMPRESA	629544 - RA2: PRACTICAR HÁBITOS SALUDABLES MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FUNDAMENTOS DE NUTRICIÓN E HIGIENE. (12 HORAS).	230101507 - GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
ETAPA PRODUCTIVA	ETAPA PRODUCTIVA	627895 - 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	999999999 - RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA
EVALUACIÓN	VALORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN CARA A LAS ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE	629494 - RA2: CARACTERIZAR LA IDEA DE NEGOCIO TENIENDO EN CUENTA LAS OPORTUNIDADES Y NECESIDADES DEL SECTOR	240201529 - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los

	MERCADEO Y VENTAS, GENERANDO ACCIONES DE MEJORA.	PRODUCTIVO Y SOCIAL. (12 HORAS).	contextos productivo y social.
EVALUACIÓN	VALORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN CARA A LAS ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE MERCADEO Y VENTAS, GENERANDO ACCIONES DE MEJORA.	629495 - RA4: VALORAR LA PROPUESTA DE NEGOCIO CONFORME CON SU ESTRUCTURA Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y SOCIAL. (12 HORAS).	240201529 - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
EVALUACIÓN	VALORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN CARA A LAS ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE MERCADEO Y VENTAS, GENERANDO ACCIONES DE MEJORA.	629496 - RA3: ESTRUCTURAR EL PLAN DE NEGOCIO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES Y TENDENCIAS DE MERCADO. (12 HORAS).	240201529 - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
EVALUACIÓN	VALORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN CARA A LAS ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE MERCADEO Y VENTAS, GENERANDO ACCIONES DE MEJORA.	629497 - RA1: INTEGRAR ELEMENTOS DE LA CULTURA EMPRENDEDORA TENIENDO EN CUENTA EL PERFIL PERSONAL Y EL CONTEXTO DE DESARROLLO SOCIAL. (12 HORAS).	240201529 - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
EVALUACIÓN	VALORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN CARA A LAS ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE MERCADEO Y VENTAS, GENERANDO ACCIONES DE MEJORA.	629507 - RA3: PRACTICAR LOS DERECHOS FUNDAMENTALES EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA Y LOS CONVENIOS INTERNACIONALES. (12 HORAS).	210201501 - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
EVALUACIÓN	VALORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN CARA A LAS ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE MERCADEO Y VENTAS, GENERANDO ACCIONES DE MEJORA.	629508 - RA4: PARTICIPAR EN ACCIONES SOLIDARIAS TENIENDO EN CUENTA EL EJERCICIO DE LOS DERECHOS HUMANOS, DE LOS PUEBLOS Y DE LA NATURALEZA. (12	210201501 - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
EVALUACIÓN	VALORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN CARA A LAS ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE MERCADEO Y VENTAS, GENERANDO ACCIONES DE MEJORA.	629509 - RA1: RECONOCER EL TRABAJO COMO FACTOR DE MOVILIDAD SOCIAL Y TRANSFORMACIÓN VITAL CON REFERENCIA A LA FENOMENOLOGÍA Y A LOS DERECHOS FUNDAMENTALES EN EL TRABAJO. (12 HORAS).	210201501 - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
EVALUACIÓN	VALORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN CARA A LAS ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE MERCADEO Y VENTAS, GENERANDO ACCIONES DE MEJORA.	629510 - RA2: VALORAR LA IMPORTANCIA DE LA CIUDADANÍA LABORAL CON BASE EN EL ESTUDIO DE LOS DERECHOS HUMANOS Y FUNDAMENTALES EN EL TRABAJO. (12 HORAS).	210201501 - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
EVALUACIÓN	VALORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN CARA A LAS ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE MERCADEO Y VENTAS, GENERANDO ACCIONES DE MEJORA.	629523 - RA4: MEDIR LOS RESULTADOS OBTENIDOS PARA EL AJUSTE DE LA ESTRATEGIA DIGITAL, DE ACUERDO A LA ANALÍTICA DE DATOS. (48 HORAS/1 CRÉDITOS).	210601020 - Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa
EVALUACIÓN	VALORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN CARA A LAS ESTRATEGIAS	629527 - RA4: MONITOREAR EL PLAN DE MERCADEO, A PARTIR DE LA EXPERIENCIA	260101055 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de

	ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE MERCADEO Y VENTAS, GENERANDO ACCIONES DE MEJORA.	OBTENIDA EN LAS REDES SOCIALES Y COMUNIDADES VIRTUALES (96 HORAS / 2 CRÉDITO).	campaña y normativa legal
EVALUACIÓN	VALORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN CARA A LAS ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE MERCADEO Y VENTAS, GENERANDO ACCIONES DE MEJORA.	629531 - RA4: LLEVAR A CABO ACCIONES DE MEJORA RELACIONADAS CON EL INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN BÁSICA EN INGLÉS, SOBRE SÍ MISMO, OTRAS PERSONAS, SU CONTEXTO INMEDIATO, ASÍ COMO DE EXPERIENCIAS PASADAS.	240202501 - 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
EVALUACIÓN	VALORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN CARA A LAS ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE MERCADEO Y VENTAS, GENERANDO ACCIONES DE MEJORA.	629532 - RA3: PARTICIPAR EN INTERCAMBIOS CONVERSACIONALES BÁSICOS EN FORMA ORAL Y ESCRITA EN INGLÉS EN DIFERENTES SITUACIONES SOCIALES TANTO EN LA COTIDIANIDAD COMO EN EXPERIENCIAS	240202501 - 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
EVALUACIÓN	VALORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN CARA A LAS ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE MERCADEO Y VENTAS, GENERANDO ACCIONES DE MEJORA.	629533 - RA5: COMUNICARSE DE MANERA SENCILLA EN INGLÉS EN FORMA ORAL Y ESCRITA CON UN VISITANTE O COLEGA EN UN CONTEXTO LABORAL COTIDIANO.	240202501 - 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
EVALUACIÓN	VALORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN CARA A LAS ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE MERCADEO Y VENTAS, GENERANDO ACCIONES DE MEJORA.	629534 - RA6: PONER EN PRÁCTICA VOCABULARIO BÁSICO Y EXPRESIONES COMUNES DE SU ÁREA OCUPACIONAL EN CONTEXTOS ESPECÍFICOS DE SU TRABAJO POR MEDIO DEL USO DE FRASES SENCILLAS EN	240202501 - 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
INDUCCIÓN	INDUCCIÓN	629498 - IDENTIFICAR LA DINÁMICA ORGANIZACIONAL DEL SENA Y EL ROL DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL DE ACUERDO CON SU PROYECTO DE VIDA Y EL DESARROLLO PROFESIONAL. (48 HORAS/1 CREDITO).	240201530 - Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
PLANEACIÓN	IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO, PARA IMPLEMENTAR LAS HERRAMIENTAS DEL ENTORNO DIGITAL, ESTABLECIENDO EL CAMINO PARA COMUNICAR Y RESPONDER A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.	629487 - RA2: DESCRIBIR LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO, SEGÚN LA ESTRATEGIA DE MERCADEO DE LA EMPRESA. (96 HORAS/ 2 CRÉDITOS).	291501019 - DEFINIR ALTERNATIVAS DE DISEÑO, SEGÚN NECESIDADES DEL CLIENTE Y CONDICIONES DE LA EMPRESA
PLANEACIÓN	IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO, PARA IMPLEMENTAR LAS HERRAMIENTAS DEL ENTORNO DIGITAL, ESTABLECIENDO EL CAMINO PARA COMUNICAR Y RESPONDER A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.	629499 - RA3: VERIFICAR LOS RESULTADOS OBTENIDOS, DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS. (12 HORAS).	220501046 - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
PLANEACIÓN	IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO, PARA IMPLEMENTAR LAS HERRAMIENTAS DEL ENTORNO	629500 - RA2: USAR HERRAMIENTAS TIC, DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS, MANUALES DE	220501046 - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información

	ESTABLECIENDO EL CAMINO PARA COMUNICAR Y RESPONDER A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.	FUNCIONAMIENTO, PROCEDIMIENTOS Y ESTÁNDARES. (12 HORAS).	
PLANEACIÓN	IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO, PARA IMPLEMENTAR LAS HERRAMIENTAS DEL ENTORNO DIGITAL, ESTABLECIENDO EL CAMINO PARA COMUNICAR Y RESPONDER A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.	629501 - RA4: IMPLEMENTAR BUENAS PRÁCTICAS DE USO, DE ACUERDO CON LA TECNOLOGÍA EMPLEADA. (12 HORAS).	220501046 - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
PLANEACIÓN	IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO, PARA IMPLEMENTAR LAS HERRAMIENTAS DEL ENTORNO DIGITAL, ESTABLECIENDO EL CAMINO PARA COMUNICAR Y RESPONDER A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.	629502 - RA1: SELECCIONAR HERRAMIENTAS DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC), DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS. (12 HORAS).	220501046 - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
PLANEACIÓN	IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO, PARA IMPLEMENTAR LAS HERRAMIENTAS DEL ENTORNO DIGITAL, ESTABLECIENDO EL CAMINO PARA COMUNICAR Y RESPONDER A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.	629503 - RA4: APLICAR ACCIONES DE MEJORAMIENTO EN EL DESARROLLO DE PROCESOS COMUNICATIVOS SEGÚN REQUERIMIENTOS DEL CONTEXTO. (12 HORAS).	240201524 - DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
PLANEACIÓN	IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO, PARA IMPLEMENTAR LAS HERRAMIENTAS DEL ENTORNO DIGITAL, ESTABLECIENDO EL CAMINO PARA COMUNICAR Y RESPONDER A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.	629504 - RA3: VALIDAR LA IMPORTANCIA DE LOS PROCESOS COMUNICATIVOS TENIENDO EN CUENTA CRITERIOS DE LÓGICA Y RACIONALIDAD. (12 HORAS).	240201524 - DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
PLANEACIÓN	IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO, PARA IMPLEMENTAR LAS HERRAMIENTAS DEL ENTORNO DIGITAL, ESTABLECIENDO EL CAMINO PARA COMUNICAR Y RESPONDER A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.	629505 - RA1: INTERPRETAR EL SENTIDO DE LA COMUNICACIÓN COMO MEDIO DE EXPRESIÓN SOCIAL, CULTURAL, LABORAL Y ARTÍSTICA. (12 HORAS).	240201524 - DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
PLANEACIÓN	IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO, PARA IMPLEMENTAR LAS HERRAMIENTAS DEL ENTORNO DIGITAL, ESTABLECIENDO EL CAMINO PARA COMUNICAR Y RESPONDER A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.	629506 - RA2: DECODIFICAR MENSAJES COMUNICATIVOS EN SITUACIONES DE LA VIDA SOCIAL Y LABORAL, TENIENDO EN CUENTA EL CONTEXTO DE LA COMUNICACIÓN. (12 HORAS).	240201524 - DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
PLANEACIÓN	IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO, PARA IMPLEMENTAR LAS HERRAMIENTAS DEL ENTORNO DIGITAL, ESTABLECIENDO EL CAMINO PARA COMUNICAR Y RESPONDER A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.	629530 - RA2: IMPLEMENTAR LAS HERRAMIENTAS DEL ENTORNO DIGITAL SEGÚN EL PÚBLICO OBJETIVO Y LAS CONDICIONES DE LA EMPRESA (48 HORAS / 1 CRÉDITO).	260101055 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

3.5 Organización del proyecto			
3.5.1 No. Instructores requeridos	6	3.5.2 No. Aprendices sugeridos para participar en el proyecto	25

3.6 Descripción del ambiente de aprendizaje requerido

Ambiente Virtual de aprendizaje: Ambiente que se dispone a partir del sistema de gestión de prendizaje (LMS) y los recursos educativos que se construyan para tal fin, así como inclusión de biblioteca virtual.

3.7. Recursos estimados

Actividades del proyecto	Duración (Meses)	Equipos / Herramientas				Talento Humano (Instructores)				Materiales de formación consumibles			
		Descripción	Cant.	V. Unit.	V. Total	Especialidad	Cant.	V. Unit.	V. Total	Descripción	Cant.	V. Unit.	V. Total
ETAPA PRODUCTIVA	6					Instructor etapa productiva	1	€ 23.400.000	€ 23.400.000				
IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO, PARA IMPLEMENTAR LAS HERRAMIENTAS DEL ENTORNO DIGITAL, ESTABLECIENDO EL CAMINO PARA COMUNICAR Y RESPONDER A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.	1.52					Instructor técnico e instructores de competencias básicas	1	€ 5.928.000	€ 5.928.000				
IMPLEMENTAR LAS TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN AL TENER INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES, RESPONDIENDO A SUS SOLICITUDES Y MEJORANDO SU EXPERIENCIA CON EL	3.14					Instructor técnico e instructores de competencias básicas	1	€ 12.246.000	€ 12.246.000				
INDUCCIÓN	0.33					Instructor Inducción	1	€ 1.287.000	€ 1.287.000				
RECONOCER LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS ESTRATEGIAS DE	1.84					Instructor técnico e instructores de competencias básicas	1	€ 7.176.000	€ 7.176.000				

DIGITAL ENFOCADAS EN EL SISTEMA MODA, TENIENDO EN CUENTA PARÁMETROS ÉTICOS E INTEGRALES DEL SER HUMANO.													
VALORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN CARA A LAS ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE MERCADEO Y VENTAS, GENERANDO ACCIONES DE	2.17					Instructor técnico e instructores de competencias básicas	1	€ 8.463.000	€ 8.463.000				

4. Rubros presupuestales

Recurso	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Rubro presupuestal por el que se financiará el proyecto
Talento Humano	6	€ 9.750.000	€ 58.500.000	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
		Total:	€ 58.500.000	

5. Equipo que participó en la formulación del proyecto

Nombre	Especialidad	Nombre Centro	Regional
LILIANA MARIA CEBALLOS	DISEÑO CURRICUALR	No existe información	REGIONAL ANTIOQUIA