



PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Barranquilla, 19 de Diciembre de 2023

Señora

LINDA EVELIN PICHÓN RONCALLO

SUPERVISORA CONTRATO No. **5154685**

Coordinadora Académica de Comercialización

Centro de Comercio y Servicios

Barranquilla, Atlántico

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes Diciembre del año 2023

Referencia: No. 5154685 del año 2023

IVÁN YESID CÁRDENAS VÁSQUEZ, identificado con la cédula de ciudadanía No. 13.749.623 de Bucaramanga, en mi calidad de Contratista del SENA, en el Centro de Comercio y Servicios de la Regional Atlántico, 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: Se fija como valor total la suma de DIECINUEVE MILLONES TRESCIENTOS OCHENTA MIL PESOS M/CTE. (\$19.380.000). Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: Por mensualidades tal y como se discrimina en el documento anexo al presente proceso, proporcionalmente por el número de días del primer y último mes del contrato.

a) un pago correspondiente a días del mes de julio por valor de UN MILLÓN SETECIENTOS SETENTA Y TRES MIL TRESCIENTOS TREINTA Y TRES PESOS M/CTE (\$1.773.333) b) Cuatro pagos iguales por valor de TRES MILLONES OCHOCIENTOS MIL PESOS M/CTE (\$3.800.000) respectivamente comprendidos de agosto a noviembre de 2023. c) Un pago correspondiente a días del mes de diciembre por valor de DOS MILLONES CUATROCIENTOS SEIS MIL SEISCIENTOS SESENTA Y SIETE PESOS M/CTE (\$2.406.667).

Plazo: Será hasta el 19 de diciembre de 2023.



OBJETO:
Instructor: Prestar Servicios Personales Carácter Temporal Para La Formación Profesional Integral, En FORMACION REGULAR TITULADA Y COMPLEMENTARIA Para el Programa Formación OPERACIONES COMERCIALES.

Obligaciones Específicas: (Trascriba las obligaciones específicas del contrato, dentro del siguiente cuadro)

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Desarrollar actividades de formación profesional en los programas definidos por el centro mediante su plataforma virtual.	Tecnólogos en Gestión de Mercados, Fichas: 2694182 - 2694203 Tecnólogos en Desarrollo de Procesos de Mercadeo, Fichas: 2710272 - 2710275	Reporte mensual de Sofia Plus
2	Entregar al equipo de Sofía plus la información requerida para la asignación de rol de instructor Sena y disponibilidad en el aplicativo.	Información entregada, asociación de rutas de aprendizaje.	Creación del Rol
3	Realizar la evaluación correspondiente a los cursos asignados.	Evaluar cada ficha, los resultados de aprendizaje orientados.	Aplicativo Sofia
4	El contratista deberá abstenerse de realizar actos obscenos al interior de la entidad que involucren la participación de miembros de la comunidad educativa.	Realizar un comportamiento correcto dentro y fuera de la institución por parte del instructor.	Soportes entregados a contratación donde acredite el buen comportamiento del funcionario.
5	Presentar informes mensuales de la ejecución del contrato, las demás que se requieran para la ejecución del contrato.	Presentar informe de ejecución contractual oportunamente.	Informe mensual contractual, mes Diciembre de 2023.



6	Atender los requerimientos del supervisor.	Cumplimiento del objeto del contrato a cabalidad.	Firma de la cuenta de cobro por parte del supervisor.
---	--	---	---

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 Informe Legalización Desplazamiento Contratista GTH-F-087, en el que se describieron las actividades desarrolladas y los resultados de cada desplazamiento. Cada informe 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.

ITEM	No DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHA DE DESPLAZAMIENTO INICIAL	FECHA DE DESPLAZAMIENTO FINAL
1.				
2.				

Nota 1: Por cada desplazamiento que haya realizado el contratista, adjuntará el respectivo informe que la soporte. En caso de haber realizado el desplazamiento en fecha posterior a la presentación del informe de ejecución contractual, deberá reportarlo en el siguiente informe de ejecución contractual.

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos electrónicos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el No. 4530764536 de la planilla, expedido por SOI correspondiente al mes de noviembre del año 2023. (Decreto Ley 2106 de 2019 – “Decreto Ley Antitrámites”)



Evidencias en (xx) folios

Cordialmente,

Firma

Iván Yesid Cárdenas Vásquez

Contratista

C.C. No. 13.749.623

Recibí a satisfacción:

Firma

Linda Evelin Pichón Roncallo

Supervisora Contrato 5154685 de 2023

Coordinadora Académica de Comercialización

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: IVAN YESID CARDENAS VASQUEZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

FECHA INICIAL: 01/12/2023 00:00:00

FECHA FINAL: 19/12/2023 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA 2710272 - DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO
DE APRENDIZAJE:

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
- 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.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Evaluar estrategias de mercadeo de acuerdo con objetivos comerciales
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Formular el plan según objetivos y metodologías
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
- 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.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Orientar investigación formativa según referentes técnicos

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 19,80

FICHA 2694182 - GESTIÓN DE MERCADOS
DE APRENDIZAJE:

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR EL PROYECTO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA INVESTIGACIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR PROTOTIPOS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES Y CUMPLAN LA NORMATIVIDAD LEGAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS SUBÁREAS Y LOS OBJETIVOS DE
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IMPLEMENTAR LAS ACCIONES DE PENETRACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO DE ACUERDO CON LA RENTABILIDAD Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: MANEJAR CONTACTOS COMERCIALES DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD DE MERCADEO.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ACORDAR TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN Y CONDICIONES COMERCIALES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS LEGALES DE NEGOCIACIÓN Y POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE

UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 20,00

FICHA 2694203 - GESTIÓN DE MERCADOS
DE APRENDIZAJE:

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR EL PROYECTO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA INVESTIGACIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR PROTOTIPOS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES Y CUMPLAN LA NORMATIVIDAD LEGAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS SUBÁREAS Y LOS OBJETIVOS DE

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IMPLEMENTAR LAS ACCIONES DE PENETRACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO DE ACUERDO CON LA RENTABILIDAD Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: MANEJAR CONTACTOS COMERCIALES DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD DE MERCADEO.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ACORDAR TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN Y CONDICIONES COMERCIALES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS LEGALES DE NEGOCIACIÓN Y POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE

UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

FICHA 2710275 - DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO
DE APRENDIZAJE:

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

- 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.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Evaluar estrategias de mercadeo de acuerdo con objetivos comerciales
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Formular el plan según objetivos y metodologías
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
- 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.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Orientar investigación formativa según referentes técnicos
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 20,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 83,80

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
11/12/2023	12/12/2023	OTROS	16,00
TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:			16,00

INSTRUCTOR: IVAN YESID CARDENAS VASQUEZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS



PROCESO GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME FINAL DE SUPERVISIÓN

CONTRATACIÓN PRESTACIÓN DE SERVICIOS PERSONALES

Generalidades:

1. El objetivo del formato es para que el supervisor de acuerdo con el manual de supervisión de la Entidad emita un informe de ejecución y evaluación del contrato de prestación de servicios.
2. El formato se encuentra relacionado con el GTH-P-013 Procedimiento Contratación de servicios personales diferentes a instructor.
3. Este formato lo debe diligenciar el supervisor que sea designado por el ordenador del gasto durante la ejecución de los contratos de prestación de servicios.
4. Este formato debe ser diligenciado cada vez que finalice un contrato de prestación de servicios.
5. El trámite que surte el formato una vez diligenciado deberá ser firmado por el supervisor con el fin de ser publicado en la plataforma SECOP II
6. Este formato no requiere impresión debe ser firmado digitalmente
7. El formato debe ser cargado en la Plataforma SECOP II.



PROCESO GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME FINAL DE SUPERVISIÓN

CONTRATACIÓN PRESTACIÓN DE SERVICIOS PERSONALES

CONTRATO No. 5154685 (JULIO 17 DE 2023)

NOMBRE DEL CONTRATISTA: IVÁN YESID CÁRDENAS VÁSQUEZ

IDENTIFICACION DEL CONTRATISTA: CÉDULA DE CIUDADANÍA 13.749.623

OBJETO DEL CONTRATO: Prestar Servicios Personales Carácter Temporal Para La Formación Profesional Integral, En FORMACION REGULAR TITULADA Y COMPLEMENTARIA Para el Programa Formación OPERACIONES COMERCIALES.

OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA: **1)** Acatar la Constitución Política, la Ley, los principios de la contratación estatal y las demás normas concordantes y complementarias; **2)** Responder por el adecuado y oportuno cumplimiento de las obligaciones contraídas del contrato (Electrónico o físico); **3)** Participar en las reuniones que para la ejecución del contrato sean convocadas; **4)** Entregar periódicamente y al finalizar el contrato o cuando el supervisor lo solicite, todos los documentos y archivos (físicos y electrónicos) a su cargo y que se produzcan en ejecución de sus obligaciones, debidamente inventariados conforme a las normas y procedimientos que establezca el Archivo General de la Nación y de acuerdo con el formato GD-F-004 Formato Único de Inventario Documental; **5)** Entregar a la finalización del plazo de ejecución o del vínculo contractual o cuando el supervisor del contrato lo solicite, los bienes devolutivos que le hayan sido asignados para el cumplimiento del objeto del contrato; **6)** Utilizar en debida forma las claves asignadas para el ingreso a los sistemas de información y gestión del SENA requeridos para la ejecución del contrato y al finalizar el mismo, informar para su desactivación, garantizando la seguridad y reserva de la información conocida por estos u otros medios durante la ejecución; **7)** Colaborar en la elaboración de respuestas y suministro de información requerida por las autoridades y organismos de control del Estado Colombiano, en relación con la ejecución del contrato y de los asuntos relacionados con el mismo; **8)** Solicitar autorización escrita del SENA para utilizar el nombre, emblema o sello oficial con fines publicitarios o ajenos a los establecidos en los lineamientos de la Entidad; **9)** Cumplir con las normas de bioseguridad y reglamentos e instrucciones del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo del SENA, según la normatividad vigente; **10)** Entregar el examen médico pre-ocupacional al Grupo de Seguridad y Salud en el Trabajo de la Dirección General y/o sus homólogos en los Centros de Formación y Direcciones Regionales de acuerdo con el profesiograma, el objeto a desarrollar y dentro de los plazos establecidos legalmente. (Decreto 723 de 2013 art. 18); **11)** Adjuntar el certificado de aprobación de los conocimientos básicos del Subsistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, para el primer pago de los honorarios; **12)** Presentar ante el supervisor del contrato anexo a la segunda cuenta de cobro en el archivo de gestión contractual - GC, el certificado de aprobación de los conocimientos básicos del curso "Integridad, transparencia y lucha contra la corrupción" de conformidad con lo establecido en la Ley 2016 de 2020 Art 1°



PROCESO GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME FINAL DE SUPERVISIÓN

CONTRATACIÓN PRESTACIÓN DE SERVICIOS PERSONALES

parágrafo 1°, bajo los lineamientos, herramientas tecnológicas y protocolos dispuestos por el Departamento Administrativo de la Función Pública. **13)** Mantener actualizados los sistemas de información sobre los cuales se le haya asignado usuario y contraseña durante la ejecución del contrato y entregar al supervisor las evidencias del estado en que se encuentre, en los informes de ejecución contractual parcial o final; **14)** Realizar los pagos al SISS (salud, pensión y riesgos laborales) de acuerdo con la normatividad vigente, aportando los soportes de pago los cuales deben ser validados para constatar que en efecto el pago de la planilla haya sido recibido por la entidad correspondiente y en caso de incumplimiento total o parcial, responder por las consecuencias y sanciones que disponga la ley; **15)** No subcontratar las actividades propias del objeto contractual, salvo, que dentro del desarrollo de la propuesta se haya previsto disponer de recurso humano, para lo cual deberá tener en cuenta que no podrá vincular menores de edad, dando aplicación a la Resolución No. 1677 de 2008 del Ministerio de Protección Social y los Pactos, Convenios y Convenciones Internacionales ratificados por Colombia, sobre los derechos de los niños; **16)** En caso de que proceda el registro y asignación de una firma digital, usarla dentro de los límites impuestos por el objeto y las obligaciones del contrato (Electrónico o físico) y en todo caso con la debida autorización de quien corresponda; **17)** Desplazarse dentro y fuera del territorio nacional cuando sea requerido para el cumplimiento de las obligaciones contractuales y legalizar las ordenes de viaje de acuerdo con los términos y lineamientos del SENA una vez culminado el desplazamiento; **18)** Guardar reserva de la información asociada al objeto contractual que repose en bases de datos, sistemas de gestión, aplicativos, archivos magnéticos, respecto de los cuales se le haya concedido acceso mediante códigos, claves o contraseñas, respondiendo penal, civil y administrativamente por su adulteración, pérdida, consulta, uso o acceso no autorizado o fraudulento, durante el plazo de ejecución del contrato y dos (2) años más, conforme a las disposiciones contenidas en la Ley 1266 de 2008, la Ley 1581 de 2012, la Ley 1273 de 2009 y las demás que las complementen, sustituyan o modifiquen; **19)** En cumplimiento de lo dispuesto en el parágrafo 1° del artículo 23 de la Ley 1150 de 2007, del artículo 6 de la Ley 1562 de 2012 y del Decreto 1273 de 2018 el contratista deberá acreditar que se encuentra al día en el pago mensual de los aportes del Sistema de Seguridad Social Integral, estos pagos podrán acreditarse mes vencido y únicamente por el sistema pila o de planilla asistida o el que determine el Ministerio del Trabajo. Cuando corresponda el contratista también debe acreditar el pago oportuno de los aportes al SENA, ICBF y Cajas de Compensación Familiar (cuando corresponda); **20)** El contratista deberá cumplir con los protocolos de bioseguridad para mitigar, controlar y realizar el adecuado manejo de la pandemia generada por el nuevo Coronavirus COVID 19 (SARS-CoV-2), de acuerdo con los lineamientos y medidas tomadas por el Gobierno Nacional, por las autoridades departamentales, municipales, distritales e institucionales. **21)** El contratista deberá ejecutar su contrato conforme al Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol – SIGA del SENA, el cual se encuentra documentado en la plataforma CompromISO. **22)** En cumplimiento con lo establecido en el Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol – SIGA, el contratista debe contribuir a la eficacia del SIGA, el cumplimiento de las políticas, los objetivos y requisitos de este y los aspectos e impactos ambientales que generan sus actividades contractuales; así mismo debe participar en actividades de implementación y fomento de un servicio de calidad y de buenas prácticas ambientales y de eficiencia energética. **23)** Las demás que sean necesarias para el cabal cumplimiento del objeto contractual.



PROCESO GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME FINAL DE SUPERVISIÓN

CONTRATACIÓN PRESTACIÓN DE SERVICIOS PERSONALES

LUGAR DE EJECUCIÓN: Barranquilla, Atlántico, Colombia

PLAZO DE EJECUCIÓN: 153 DIAS. DESDE JULIO 17 HASTA DICIEMBRE 19 DE 2023

FECHA DE INICIACIÓN CONTRATO: 17 DE JULIO DE 2023

FECHA DE TERMINACIÓN DEL CONTRATO: 19 DE DICIEMBRE DE 2023

VIGENCIA DEL CONTRATO: 19 DE DICIEMBRE DE 2023

VALOR DEL CONTRATO: \$19.380.000

SUPERVISOR: LINDA EVELIN PICHÓN RONCALLO

IDENTIFICACION DEL SUPERVISOR: C.C. 32700367

SUSPENSIONES Y AMPLIACIONES DE SUSPENSIÓN: SI___ NO_X_

ACTAS No.	TIEMPO	CAUSALES

BALANCE FINANCIERO:

Valor total del contrato	\$19.380.000
Valor Ejecutado	\$19.380.000
Saldo de pendiente de cancelar al contratista	\$0
Saldo a liberar	\$0



PROCESO GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME FINAL DE SUPERVISIÓN

CONTRATACIÓN PRESTACIÓN DE SERVICIOS PERSONALES

PRODUCTOS O ACTIVIDADES EJECUTADAS

Desarrollar actividades de formación profesional en los programas definidos por el centro y participar en proyectos de investigación aplicada. TECNÓLOGOS EN GESTIÓN DE MERCADOS 2694182 - 2694203 TECNÓLOGO EN DIRECCIÓN DE VENTAS 2754542 TECNÓLOGOS EN DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO 2710272 - 2710275
Entregar al equipo de Sofía Plus la información requerida para la asignación de rol de instructor Sena y disponibilidad en el aplicativo. Información entregada, asociación de rutas de aprendizaje.
Hacer la evaluación correspondiente de los grupos asignados.

OBSERVACIONES DE LA SUPERVISIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS O ACTIVIDADES EJECUTADAS

SANCIONES: SI__ NO_X_

CUMPLIMIENTO FRENTE A LA OBLIGACIÓN A LA SEGURIDAD SOCIAL: SI_X_ NO__

GRADO DE SATISFACCIÓN: EXCELENTE__ BUENO__ REGULAR__ INSUFICIENTE__

Atentamente,

FIRMA SUPERVISOR DEL CONTRATO

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: IVAN YESID CARDENAS VASQUEZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

FECHA INICIAL: 23/01/2023 00:00:00

FECHA FINAL: 19/12/2023 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2860424 - SERVICIO AL CLIENTE

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. PRESTAR SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 32H
2. VALIDAR SATISFACCIÓN DEL CLIENTE SEGÚN PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN 16H

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 43,60

FICHA DE APRENDIZAJE: 2710272 - DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA

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

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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.

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

• 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.

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

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

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

- 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.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Orientar investigación formativa según referentes técnicos
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 57,50

DE APRENDIZAJE:

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: CONTROLAR LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN SEGÚN NORMATIVIDAD VIGENTE Y ACUERDOS ENTRE LAS PARTES.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COORDINAR EL TRANSPORTE SEGÚN MEDIOS Y MODOS.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COSTEAR LA CADENA DE APROVISIONAMIENTO, DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DEL PLAN LOGÍSTICO.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESCUBRIR TÉCNICAMENTE IDEAS PARA PRODUCTOS O SERVICIOS.

ESTABLECER LA ESTRUCTURA DE DISTRIBUCIÓN DE LA REGIÓN O PAÍS POTENCIAL.

EVALUAR LOS FACTORES CLAVES DE ÉXITO DE LA IDEA SELECCIONADA.

INVESTIGAR OPORTUNIDADES DE PRODUCTOS EN LOS MERCADOS ACTUALES Y POTENCIALES DE LA EMPRESA.

SELECCIONAR LA IDEA PARA LA INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.

SELECCIONAR MERCADOS DE INTERÉS PARA LA ORGANIZACIÓN.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** DILIGENCIAR LOS DOCUMENTOS SEGÚN NORMAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS A NIVEL INTERNO Y EXTERNO.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** EFECTUAR LAS TRANSACCIONES COMERCIALES DE ACUERDO A LAS REQUISICIONES COMERCIALES SEGÚN ACUERDOS ENTRE LAS PARTES.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ACORDAR TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN Y CONDICIONES COMERCIALES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS LEGALES DE NEGOCIACIÓN Y POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE

UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** OPERAR LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN SEGÚN NORMAS Y POLÍTICAS INTERNAS Y EXTERNAS.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA

DETERMINAR LOS INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE ACUERDO CON LOS PLANES DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA EL CUMPLIMIENTO DE METAS LOGRADAS EN UN PERIODO DE TIEMPO CON BASE EN LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA

DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO CONSIDERANDO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO INTEGRADO, DE ACUERDO CON OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE ACUERDO CON EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA PRODUCTOS Y SERVICIOS Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES, LA GESTIÓN DE VENTAS Y LAS METAS FIJADAS POR LA ORGANIZACIÓN.

ESTABLECER PROCESO DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.

ESTRUCTURAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO ORIENTADAS A GARANTIZAR MERCADEO RESPONSABLE, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

PREPARAR LOS INFORMES RELACIONADOS CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TENIENDO EN CUENTA EL CONTEXTO MERCADOLÓGICO, ELABORANDO EL PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS TÉCNICAS MERCADOLÓGICAS Y DE PLANEACIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA EMPRESA.

REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROCESAR LA INFORMACIÓN RECOLECTADA DE ACUERDO CON LOS MANUALES DE MANEJOS DE INFORMACIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS SEGÚN EL PROCESO O UNIDADES DE NEGOCIO.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	101,20
--------------------------------------	---------------

DE APRENDIZAJE:

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR EL PROYECTO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA INVESTIGACIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR PROTOTIPOS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES Y CUMPLAN LA NORMATIVIDAD LEGAL

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR LAS ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y EL MERCADO DEFINIDO.

DESARROLLAR EL NOMBRE Y LA MARCA DEL PRODUCTO O SERVICIO TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

ESTABLECER PARÁMETROS PARA EL DISEÑO DEL EMPAQUE Y ENVASES DEL PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL MISMO.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS SUBÁREAS Y LOS OBJETIVOS DE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONSTITUIR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADEO SEGÚN LOS OBJETIVOS DE LAS ACTIVIDADES DEL PLAN DE MERCADO

MANTENER ACTUALIZADA LA BASE DE DATOS A PARTIR DE LA EVALUACIÓN DE LOS INFORMES DE DIFERENCIAS PRESENTADAS ENTRE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DEL SISTEMA Y SUBSISTEMAS DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN.

RECOLECTAR Y CLASIFICAR INFORMACIÓN CON VERACIDAD, FIDEDIGNIDAD DE LAS FUENTES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS EN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA ORGANIZACIÓN

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** IMPLEMENTAR LAS ACCIONES DE PENETRACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO DE ACUERDO CON LA RENTABILIDAD Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** MANEJAR CONTACTOS COMERCIALES DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD DE MERCADEO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

MANEJAR LAS RELACIONES PÚBLICAS CON LOS DIFERENTES ACTORES QUE INTERVIENEN EN EL EVENTO, CON RESPETO POR OTRO Y SEGÚN EL PROGRAMA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE LA EMPRESA.

ORGANIZAR LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON EL DESARROLLO DE LOS EVENTOS FRENTE A LOS RESULTADOS OBTENIDOS VS. LOS OBJETIVOS EMPRESARIALES TENIENDO EN CUENTA EL TIPO DE EVENTO SEGÚN LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

REALIZAR CONTRATOS FRENTE A LOS REQUERIMIENTOS DEL EVENTO CON PERTENENCIA Y DE ACUERDO CON LA REVISIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN, EL PRESUPUESTO Y LAS NORMAS LEGALES.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ACORDAR TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN Y CONDICIONES COMERCIALES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS LEGALES DE NEGOCIACIÓN Y POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE

UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA DETERMINAR LOS INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE ACUERDO CON LOS PLANES DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA EL CUMPLIMIENTO DE METAS LOGRADAS EN UN PERIODO DE TIEMPO CON BASE EN LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO CONSIDERANDO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO INTEGRADO, DE ACUERDO CON OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE ACUERDO CON EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA PRODUCTOS Y SERVICIOS Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES, LA GESTIÓN DE VENTAS Y LAS METAS FIJADAS POR LA ORGANIZACIÓN.

ESTABLECER PROCESO DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.

ESTRUCTURAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO ORIENTADAS A GARANTIZAR MERCADEO RESPONSABLE, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

PREPARAR LOS INFORMES RELACIONADOS CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TENIENDO EN CUENTA EL CONTEXTO MERCADOLÓGICO, ELABORANDO EL PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS TÉCNICAS MERCADOLÓGICAS Y DE PLANEACIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA EMPRESA.

REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 64,00

DE APRENDIZAJE:

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: ADMINISTRAR LA FUERZA DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y ESTÁNDARES ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: CONTABILIZAR LOS RECURSOS DE OPERACIÓN, INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COORDINAR LA ACCIÓN DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y EL PLAN DE MERCADEO.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESCUBRIR TÉCNICAMENTE IDEAS PARA PRODUCTOS O SERVICIOS.

ESTABLECER LA ESTRUCTURA DE DISTRIBUCIÓN DE LA REGIÓN O PAÍS POTENCIAL.

EVALUAR LOS FACTORES CLAVES DE ÉXITO DE LA IDEA SELECCIONADA.

INVESTIGAR OPORTUNIDADES DE PRODUCTOS EN LOS MERCADOS ACTUALES Y POTENCIALES DE LA EMPRESA.

SELECCIONAR LA IDEA PARA LA INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.

SELECCIONAR MERCADOS DE INTERÉS PARA LA ORGANIZACIÓN.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: EVALUAR ACCIONES Y RESULTADOS DE MERCADEO SEGÚN OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** MEDIR LA EFECTIVIDAD DEL CANAL DE ACUERDO CON LAS METAS DE VENTAS.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ACORDAR TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN Y CONDICIONES COMERCIALES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS LEGALES DE NEGOCIACIÓN Y POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE

UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA

DETERMINAR LOS INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE ACUERDO CON LOS PLANES DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA EL CUMPLIMIENTO DE METAS LOGRADAS EN UN PERIODO DE TIEMPO CON BASE EN LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA

DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO CONSIDERANDO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO INTEGRADO, DE ACUERDO CON OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE ACUERDO CON EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA PRODUCTOS Y SERVICIOS Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES, LA GESTIÓN DE VENTAS Y LAS METAS FIJADAS POR LA ORGANIZACIÓN.

ESTABLECER PROCESO DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.

ESTRUCTURAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO ORIENTADAS A GARANTIZAR MERCADEO RESPONSABLE, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

PREPARAR LOS INFORMES RELACIONADOS CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TENIENDO EN CUENTA EL CONTEXTO MERCADOLÓGICO, ELABORANDO EL PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS TÉCNICAS MERCADOLÓGICAS Y DE PLANEACIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA EMPRESA.

REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROPONER ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN QUE CONTRIBUYAN AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL NIVEL DE IMPORTANCIA Y
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: REALIZAR EVENTOS DE COMUNICACIÓN DE MERCADEO, TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES DE LOS CLIENTES.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 104,00

FICHA 2342989 - GESTIÓN DE MERCADOS
DE APRENDIZAJE:

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR EL PROYECTO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA INVESTIGACIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR PROTOTIPOS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES Y CUMPLAN LA NORMATIVIDAD LEGAL

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR LAS ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y EL MERCADO DEFINIDO.

DESARROLLAR EL NOMBRE Y LA MARCA DEL PRODUCTO O SERVICIO TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

ESTABLECER PARÁMETROS PARA EL DISEÑO DEL EMPAQUE Y ENVASES DEL PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL MISMO.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS SUBÁREAS Y LOS OBJETIVOS DE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONSTITUIR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADEO SEGÚN LOS OBJETIVOS DE LAS ACTIVIDADES DEL PLAN DE MERCADO

MANTENER ACTUALIZADA LA BASE DE DATOS A PARTIR DE LA EVALUACIÓN DE LOS INFORMES DE DIFERENCIAS PRESENTADAS ENTRE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DEL SISTEMA Y SUBSISTEMAS DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN.

RECOLECTAR Y CLASIFICAR INFORMACIÓN CON VERACIDAD, FIDEDIGNIDAD DE LAS FUENTES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS EN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA ORGANIZACIÓN

• **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** IMPLEMENTAR LAS ACCIONES DE PENETRACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO DE ACUERDO CON LA RENTABILIDAD Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO.

• **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** MANEJAR CONTACTOS COMERCIALES DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD DE MERCADEO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

MANEJAR LAS RELACIONES PÚBLICAS CON LOS DIFERENTES ACTORES QUE INTERVIENEN EN EL EVENTO, CON RESPETO POR OTRO Y SEGÚN EL PROGRAMA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE LA EMPRESA.

ORGANIZAR LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON EL DESARROLLO DE LOS EVENTOS FRENTE A LOS RESULTADOS OBTENIDOS VS. LOS OBJETIVOS EMPRESARIALES TENIENDO EN CUENTA EL TIPO DE EVENTO SEGÚN LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

REALIZAR CONTRATOS FRENTE A LOS REQUERIMIENTOS DEL EVENTO CON PERTENENCIA Y DE ACUERDO CON LA REVISIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN, EL PRESUPUESTO Y LAS NORMAS LEGALES.

• **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ACORDAR TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN Y CONDICIONES COMERCIALES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS LEGALES DE NEGOCIACIÓN Y POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE

UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA

• **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA

DETERMINAR LOS INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE ACUERDO CON LOS PLANES DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA EL CUMPLIMIENTO DE METAS LOGRADAS EN UN PERIODO DE TIEMPO CON BASE EN LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO CONSIDERANDO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO INTEGRADO, DE ACUERDO CON OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE ACUERDO CON EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA PRODUCTOS Y SERVICIOS Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES, LA GESTIÓN DE VENTAS Y LAS METAS FIJADAS POR LA ORGANIZACIÓN.

ESTABLECER PROCESO DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.

ESTRUCTURAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO ORIENTADAS A GARANTIZAR MERCADEO RESPONSABLE, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

PREPARAR LOS INFORMES RELACIONADOS CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TENIENDO EN CUENTA EL CONTEXTO MERCADOLÓGICO, ELABORANDO EL PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS TÉCNICAS MERCADOLÓGICAS Y DE PLANEACIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA EMPRESA.

REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	104,00
--------------------------------------	---------------

**FICHA
DE APRENDIZAJE:**

2535802 - GESTIÓN DE MERCADOS

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR EL PROYECTO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA INVESTIGACIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR PROTOTIPOS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES Y CUMPLAN LA NORMATIVIDAD LEGAL

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR LAS ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y EL MERCADO DEFINIDO.

DESARROLLAR EL NOMBRE Y LA MARCA DEL PRODUCTO O SERVICIO TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

ESTABLECER PARÁMETROS PARA EL DISEÑO DEL EMPAQUE Y ENVASES DEL PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL MISMO.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS SUBÁREAS Y LOS OBJETIVOS DE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONSTITUIR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADEO SEGÚN LOS OBJETIVOS DE LAS ACTIVIDADES DEL PLAN DE MERCADO

MANTENER ACTUALIZADA LA BASE DE DATOS A PARTIR DE LA EVALUACIÓN DE LOS INFORMES DE DIFERENCIAS PRESENTADAS ENTRE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DEL SISTEMA Y SUBSISTEMAS DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN.

RECOLECTAR Y CLASIFICAR INFORMACIÓN CON VERACIDAD, FIDEDIGNIDAD DE LAS FUENTES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS EN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA ORGANIZACIÓN

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** IMPLEMENTAR LAS ACCIONES DE PENETRACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO DE ACUERDO CON LA RENTABILIDAD Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** MANEJAR CONTACTOS COMERCIALES DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD DE MERCADEO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

MANEJAR LAS RELACIONES PÚBLICAS CON LOS DIFERENTES ACTORES QUE INTERVIENEN EN EL EVENTO, CON RESPETO POR OTRO Y SEGÚN EL PROGRAMA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE LA EMPRESA.

ORGANIZAR LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON EL DESARROLLO DE LOS EVENTOS FRENTE A LOS RESULTADOS OBTENIDOS VS. LOS OBJETIVOS EMPRESARIALES TENIENDO EN CUENTA EL TIPO DE EVENTO SEGÚN LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

REALIZAR CONTRATOS FRENTE A LOS REQUERIMIENTOS DEL EVENTO CON PERTENENCIA Y DE ACUERDO CON LA REVISIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN, EL PRESUPUESTO Y LAS NORMAS LEGALES.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ACORDAR TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN Y CONDICIONES COMERCIALES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS LEGALES DE NEGOCIACIÓN Y POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE

UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA DETERMINAR LOS INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE ACUERDO CON LOS PLANES DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA EL CUMPLIMIENTO DE METAS LOGRADAS EN UN PERIODO DE TIEMPO CON BASE EN LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO CONSIDERANDO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO INTEGRADO, DE ACUERDO CON OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE ACUERDO CON EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA PRODUCTOS Y SERVICIOS Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES, LA GESTIÓN DE VENTAS Y LAS METAS FIJADAS POR LA ORGANIZACIÓN.

ESTABLECER PROCESO DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.

ESTRUCTURAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO ORIENTADAS A GARANTIZAR MERCADEO RESPONSABLE, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

PREPARAR LOS INFORMES RELACIONADOS CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TENIENDO EN CUENTA EL CONTEXTO MERCADOLÓGICO, ELABORANDO EL PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS TÉCNICAS MERCADOLÓGICAS Y DE PLANEACIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA EMPRESA.

REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 207,10

DE APRENDIZAJE:

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR EL PROYECTO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA INVESTIGACIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR PROTOTIPOS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES Y CUMPLAN LA NORMATIVIDAD LEGAL

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR LAS ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y EL MERCADO DEFINIDO.

DESARROLLAR EL NOMBRE Y LA MARCA DEL PRODUCTO O SERVICIO TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

ESTABLECER PARÁMETROS PARA EL DISEÑO DEL EMPAQUE Y ENVASES DEL PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL MISMO.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS SUBÁREAS Y LOS OBJETIVOS DE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONSTITUIR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADEO SEGÚN LOS OBJETIVOS DE LAS ACTIVIDADES DEL PLAN DE MERCADO

MANTENER ACTUALIZADA LA BASE DE DATOS A PARTIR DE LA EVALUACIÓN DE LOS INFORMES DE DIFERENCIAS PRESENTADAS ENTRE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DEL SISTEMA Y SUBSISTEMAS DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN.

RECOLECTAR Y CLASIFICAR INFORMACIÓN CON VERACIDAD, FIDEDIGNIDAD DE LAS FUENTES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS EN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA ORGANIZACIÓN

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** IMPLEMENTAR LAS ACCIONES DE PENETRACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO DE ACUERDO CON LA RENTABILIDAD Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** MANEJAR CONTACTOS COMERCIALES DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD DE MERCADEO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

MANEJAR LAS RELACIONES PÚBLICAS CON LOS DIFERENTES ACTORES QUE INTERVIENEN EN EL EVENTO, CON RESPETO POR OTRO Y SEGÚN EL PROGRAMA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE LA EMPRESA.

ORGANIZAR LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON EL DESARROLLO DE LOS EVENTOS FRENTE A LOS RESULTADOS OBTENIDOS VS. LOS OBJETIVOS EMPRESARIALES TENIENDO EN CUENTA EL TIPO DE EVENTO SEGÚN LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

REALIZAR CONTRATOS FRENTE A LOS REQUERIMIENTOS DEL EVENTO CON PERTENENCIA Y DE ACUERDO CON LA REVISIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN, EL PRESUPUESTO Y LAS NORMAS LEGALES.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ACORDAR TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN Y CONDICIONES COMERCIALES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS LEGALES DE NEGOCIACIÓN Y POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE

UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA DETERMINAR LOS INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE ACUERDO CON LOS PLANES DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA EL CUMPLIMIENTO DE METAS LOGRADAS EN UN PERIODO DE TIEMPO CON BASE EN LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO CONSIDERANDO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO INTEGRADO, DE ACUERDO CON OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE ACUERDO CON EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA PRODUCTOS Y SERVICIOS Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES, LA GESTIÓN DE VENTAS Y LAS METAS FIJADAS POR LA ORGANIZACIÓN.

ESTABLECER PROCESO DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.

ESTRUCTURAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO ORIENTADAS A GARANTIZAR MERCADEO RESPONSABLE, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

PREPARAR LOS INFORMES RELACIONADOS CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TENIENDO EN CUENTA EL CONTEXTO MERCADOLÓGICO, ELABORANDO EL PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS TÉCNICAS MERCADOLÓGICAS Y DE PLANEACIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA EMPRESA.

REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 60,00

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** DISEÑAR EL PROYECTO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA INVESTIGACIÓN.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** DISEÑAR PROTOTIPOS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES Y CUMPLAN LA NORMATIVIDAD LEGAL

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR LAS ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y EL MERCADO DEFINIDO.

DESARROLLAR EL NOMBRE Y LA MARCA DEL PRODUCTO O SERVICIO TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

ESTABLECER PARÁMETROS PARA EL DISEÑO DEL EMPAQUE Y ENVASES DEL PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL MISMO.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS SUBÁREAS Y LOS OBJETIVOS DE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONSTITUIR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADEO SEGÚN LOS OBJETIVOS DE LAS ACTIVIDADES DEL PLAN DE MERCADO

MANTENER ACTUALIZADA LA BASE DE DATOS A PARTIR DE LA EVALUACIÓN DE LOS INFORMES DE DIFERENCIAS PRESENTADAS ENTRE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DEL SISTEMA Y SUBSISTEMAS DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN.

RECOLECTAR Y CLASIFICAR INFORMACIÓN CON VERACIDAD, FIDEDIGNIDAD DE LAS FUENTES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS EN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA ORGANIZACIÓN

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** IMPLEMENTAR LAS ACCIONES DE PENETRACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO DE ACUERDO CON LA RENTABILIDAD Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** MANEJAR CONTACTOS COMERCIALES DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD DE MERCADEO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

MANEJAR LAS RELACIONES PÚBLICAS CON LOS DIFERENTES ACTORES QUE INTERVIENEN EN EL EVENTO, CON RESPETO POR OTRO Y SEGÚN EL PROGRAMA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE LA EMPRESA.

ORGANIZAR LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON EL DESARROLLO DE LOS EVENTOS FRENTE A LOS RESULTADOS OBTENIDOS VS. LOS OBJETIVOS EMPRESARIALES TENIENDO EN CUENTA EL TIPO DE EVENTO SEGÚN LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

REALIZAR CONTRATOS FRENTE A LOS REQUERIMIENTOS DEL EVENTO CON PERTENENCIA Y DE ACUERDO CON LA REVISIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN, EL PRESUPUESTO Y LAS NORMAS LEGALES.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ACORDAR TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN Y CONDICIONES COMERCIALES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS LEGALES DE NEGOCIACIÓN Y POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE

UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA DETERMINAR LOS INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE ACUERDO CON LOS PLANES DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA EL CUMPLIMIENTO DE METAS LOGRADAS EN UN PERIODO DE TIEMPO CON BASE EN LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO CONSIDERANDO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO INTEGRADO, DE ACUERDO CON OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE ACUERDO CON EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA PRODUCTOS Y SERVICIOS Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES, LA GESTIÓN DE VENTAS Y LAS METAS FIJADAS POR LA ORGANIZACIÓN.

ESTABLECER PROCESO DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.

ESTRUCTURAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO ORIENTADAS A GARANTIZAR MERCADEO RESPONSABLE, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

PREPARAR LOS INFORMES RELACIONADOS CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TENIENDO EN CUENTA EL CONTEXTO MERCADOLÓGICO, ELABORANDO EL PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS TÉCNICAS MERCADOLÓGICAS Y DE PLANEACIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA EMPRESA.

REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 206,00

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR EL PROYECTO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA INVESTIGACIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR PROTOTIPOS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES Y CUMPLAN LA NORMATIVIDAD LEGAL

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR LAS ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y EL MERCADO DEFINIDO.

DESARROLLAR EL NOMBRE Y LA MARCA DEL PRODUCTO O SERVICIO TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

ESTABLECER PARÁMETROS PARA EL DISEÑO DEL EMPAQUE Y ENVASES DEL PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL MISMO.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS SUBÁREAS Y LOS OBJETIVOS DE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONSTITUIR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADEO SEGÚN LOS OBJETIVOS DE LAS ACTIVIDADES DEL PLAN DE MERCADO

MANTENER ACTUALIZADA LA BASE DE DATOS A PARTIR DE LA EVALUACIÓN DE LOS INFORMES DE DIFERENCIAS PRESENTADAS ENTRE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DEL SISTEMA Y SUBSISTEMAS DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN.

RECOLECTAR Y CLASIFICAR INFORMACIÓN CON VERACIDAD, FIDEDIGNIDAD DE LAS FUENTES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS EN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA ORGANIZACIÓN

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** IMPLEMENTAR LAS ACCIONES DE PENETRACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO DE ACUERDO CON LA RENTABILIDAD Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** MANEJAR CONTACTOS COMERCIALES DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD DE MERCADEO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

MANEJAR LAS RELACIONES PÚBLICAS CON LOS DIFERENTES ACTORES QUE INTERVIENEN EN EL EVENTO, CON RESPETO POR OTRO Y SEGÚN EL PROGRAMA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE LA EMPRESA.

ORGANIZAR LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON EL DESARROLLO DE LOS EVENTOS FRENTE A LOS RESULTADOS OBTENIDOS VS. LOS OBJETIVOS EMPRESARIALES TENIENDO EN CUENTA EL TIPO DE EVENTO SEGÚN LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

REALIZAR CONTRATOS FRENTE A LOS REQUERIMIENTOS DEL EVENTO CON PERTENENCIA Y DE ACUERDO CON LA REVISIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN, EL PRESUPUESTO Y LAS NORMAS LEGALES.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ACORDAR TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN Y CONDICIONES COMERCIALES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS LEGALES DE NEGOCIACIÓN Y POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE

UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA DETERMINAR LOS INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE ACUERDO CON LOS PLANES DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA EL CUMPLIMIENTO DE METAS LOGRADAS EN UN PERIODO DE TIEMPO CON BASE EN LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO CONSIDERANDO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO INTEGRADO, DE ACUERDO CON OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE ACUERDO CON EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA PRODUCTOS Y SERVICIOS Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES, LA GESTIÓN DE VENTAS Y LAS METAS FIJADAS POR LA ORGANIZACIÓN.

ESTABLECER PROCESO DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.

ESTRUCTURAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO ORIENTADAS A GARANTIZAR MERCADEO RESPONSABLE, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

PREPARAR LOS INFORMES RELACIONADOS CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TENIENDO EN CUENTA EL CONTEXTO MERCADOLÓGICO, ELABORANDO EL PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS TÉCNICAS MERCADOLÓGICAS Y DE PLANEACIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA EMPRESA.

REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 206,00

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** DISEÑAR EL PROYECTO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA INVESTIGACIÓN.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** DISEÑAR PROTOTIPOS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES Y CUMPLAN LA NORMATIVIDAD LEGAL

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR LAS ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y EL MERCADO DEFINIDO.

DESARROLLAR EL NOMBRE Y LA MARCA DEL PRODUCTO O SERVICIO TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

ESTABLECER PARÁMETROS PARA EL DISEÑO DEL EMPAQUE Y ENVASES DEL PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL MISMO.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS SUBÁREAS Y LOS OBJETIVOS DE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONSTITUIR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADEO SEGÚN LOS OBJETIVOS DE LAS ACTIVIDADES DEL PLAN DE MERCADO

MANTENER ACTUALIZADA LA BASE DE DATOS A PARTIR DE LA EVALUACIÓN DE LOS INFORMES DE DIFERENCIAS PRESENTADAS ENTRE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DEL SISTEMA Y SUBSISTEMAS DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN.

RECOLECTAR Y CLASIFICAR INFORMACIÓN CON VERACIDAD, FIDEDIGNIDAD DE LAS FUENTES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS EN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA ORGANIZACIÓN

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** IMPLEMENTAR LAS ACCIONES DE PENETRACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO DE ACUERDO CON LA RENTABILIDAD Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** MANEJAR CONTACTOS COMERCIALES DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD DE MERCADEO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

MANEJAR LAS RELACIONES PÚBLICAS CON LOS DIFERENTES ACTORES QUE INTERVIENEN EN EL EVENTO, CON RESPETO POR OTRO Y SEGÚN EL PROGRAMA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE LA EMPRESA.

ORGANIZAR LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON EL DESARROLLO DE LOS EVENTOS FRENTE A LOS RESULTADOS OBTENIDOS VS. LOS OBJETIVOS EMPRESARIALES TENIENDO EN CUENTA EL TIPO DE EVENTO SEGÚN LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

REALIZAR CONTRATOS FRENTE A LOS REQUERIMIENTOS DEL EVENTO CON PERTENENCIA Y DE ACUERDO CON LA REVISIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN, EL PRESUPUESTO Y LAS NORMAS LEGALES.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ACORDAR TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN Y CONDICIONES COMERCIALES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS LEGALES DE NEGOCIACIÓN Y POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE

UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA DETERMINAR LOS INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE ACUERDO CON LOS PLANES DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA EL CUMPLIMIENTO DE METAS LOGRADAS EN UN PERIODO DE TIEMPO CON BASE EN LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO CONSIDERANDO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO INTEGRADO, DE ACUERDO CON OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE ACUERDO CON EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA PRODUCTOS Y SERVICIOS Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES, LA GESTIÓN DE VENTAS Y LAS METAS FIJADAS POR LA ORGANIZACIÓN.

ESTABLECER PROCESO DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.

ESTRUCTURAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO ORIENTADAS A GARANTIZAR MERCADEO RESPONSABLE, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

PREPARAR LOS INFORMES RELACIONADOS CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TENIENDO EN CUENTA EL CONTEXTO MERCADOLÓGICO, ELABORANDO EL PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS TÉCNICAS MERCADOLÓGICAS Y DE PLANEACIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA EMPRESA.

REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 104,00

DE APRENDIZAJE:

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: ADMINISTRAR LA FUERZA DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y ESTÁNDARES ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: CONTABILIZAR LOS RECURSOS DE OPERACIÓN, INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COORDINAR LA ACCIÓN DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y EL PLAN DE MERCADEO.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESCUBRIR TÉCNICAMENTE IDEAS PARA PRODUCTOS O SERVICIOS.

ESTABLECER LA ESTRUCTURA DE DISTRIBUCIÓN DE LA REGIÓN O PAÍS POTENCIAL.

EVALUAR LOS FACTORES CLAVES DE ÉXITO DE LA IDEA SELECCIONADA.

INVESTIGAR OPORTUNIDADES DE PRODUCTOS EN LOS MERCADOS ACTUALES Y POTENCIALES DE LA EMPRESA.

SELECCIONAR LA IDEA PARA LA INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.

SELECCIONAR MERCADOS DE INTERÉS PARA LA ORGANIZACIÓN.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: EVALUAR ACCIONES Y RESULTADOS DE MERCADEO SEGÚN OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** MEDIR LA EFECTIVIDAD DEL CANAL DE ACUERDO CON LAS METAS DE VENTAS.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ACORDAR TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN Y CONDICIONES COMERCIALES, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS LEGALES DE NEGOCIACIÓN Y POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE

UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA

DETERMINAR LOS INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE ACUERDO CON LOS PLANES DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA EL CUMPLIMIENTO DE METAS LOGRADAS EN UN PERIODO DE TIEMPO CON BASE EN LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA

DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO CONSIDERANDO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO INTEGRADO, DE ACUERDO CON OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE ACUERDO CON EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA PRODUCTOS Y SERVICIOS Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES, LA GESTIÓN DE VENTAS Y LAS METAS FIJADAS POR LA ORGANIZACIÓN.

ESTABLECER PROCESO DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.

ESTRUCTURAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO ORIENTADAS A GARANTIZAR MERCADEO RESPONSABLE, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN.

PREPARAR LOS INFORMES RELACIONADOS CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TENIENDO EN CUENTA EL CONTEXTO MERCADOLÓGICO, ELABORANDO EL PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS TÉCNICAS MERCADOLÓGICAS Y DE PLANEACIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA EMPRESA.

REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROPONER ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN QUE CONTRIBUYAN AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL NIVEL DE IMPORTANCIA Y
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: REALIZAR EVENTOS DE COMUNICACIÓN DE MERCADEO, TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES DE LOS CLIENTES.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 144,00

**FICHA
DE APRENDIZAJE:**

2710275 - DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO

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

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
- 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.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Evaluar estrategias de mercadeo de acuerdo con objetivos comerciales
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Formular el plan según objetivos y metodologías

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
- 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.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Orientar investigación formativa según referentes técnicos
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 144,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 1545,40

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
10/04/2023	14/04/2023	OTROS	40,00
17/04/2023	21/04/2023	OTROS	20,00
11/12/2023	12/12/2023	OTROS	16,00
TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:			76,00

INSTRUCTOR: IVAN YESID CARDENAS VASQUEZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS