	<b>ACTA DE REUNIÓN</b>	
	<b>FOR-PPA-11</b>	<b>Versión 02</b>
	<b>Página 1 de 4</b>	<b>Fecha Emisión 13.11.2020</b>

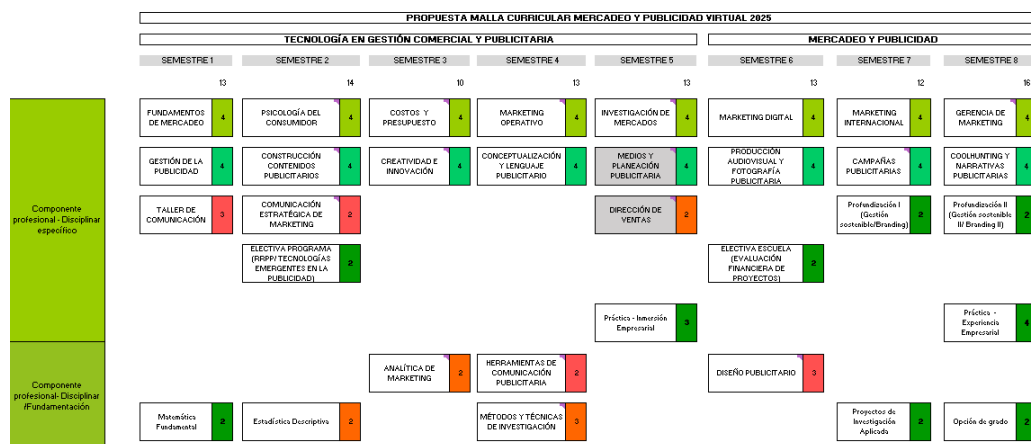
<b>Fecha</b>	19/06/2024	<b>Hora Inicio</b>	10:00 AM	<b>Hora Fin</b>	11:30 AM
<b>Proceso /Subproceso</b>	Comité curricular - Renovación registro calificado - Propuesta de Malla			<b>Acta N°</b>	09
<b>Reunión de trabajo</b>	X	<b>Comité</b>		<b>Capacitación</b>	

Asistentes					
No.	Nombre	Cargo	¿asistió?		Firma
			Si	No	
1	Carolina Vaca	Directora Programa	X		
2	Yara Roa	Coordinadora Programa	X		
3	Sandra Rache	Coordinadora Programa	X		
	Priscila Amín	Docente	X		
4	Fabián Pinzón	Docente	X		
5	Pedro Layton	Docente	X		
6	Germán Archila	Docente	X		

Temas
1. Aprobación malla - Renovación R.C. Virtual
Desarrollo

## 1. Revisión de la Malla Curricular Propuesta

El Comité revisó detalladamente la malla curricular propuesta para el programa de Mercadeo y Publicidad en modalidad virtual. La malla se estructura de la siguiente manera:



### Tecnología en Gestión Comercial y Publicitaria

- **Semestre 1 a Semestre 5:** Incluye asignaturas como Fundamentos de Mercadeo, Psicología del Consumidor, Costos y Presupuesto, Marketing Operativo, entre otras. Cada semestre está diseñado para proporcionar una base sólida en aspectos comerciales y publicitarios.

### Mercadeo y Publicidad


- **Semestre 6 a Semestre 8:** Incluye asignaturas como Marketing Digital, Marketing Internacional, Gerencia de Marketing, entre otras. Estos semestres se enfocan en profundizar los conocimientos y habilidades en marketing y publicidad.

## 2. Discusión sobre las competencias Profesional del Ciclo Tecnológico y Profesional

Las competencias se discutieron en dos ciclos: el ciclo tecnológico y el ciclo profesional.

### Competencias Profesional del Ciclo Tecnológico

- **Competencia Mercadeo:** Evalúa las dinámicas de los mercados y comportamientos de consumo a través de herramientas para el análisis de datos que promuevan la optimización de los procesos comerciales de productos y servicios.
- **Competencia Publicidad:** Planea propuestas publicitarias a partir de la segmentación del público objetivo, la selección de medios y canales para la creación de mensajes y contenidos persuasivos, creativos e innovadores.
- **Competencia Comunicación:** Estructura contenidos utilizando herramientas para diferentes formatos y canales de comunicación, adaptados a las características de los públicos y el contexto.

 <b>compensar</b>   fundación universitaria	<b>ACTA DE REUNIÓN</b>	
	<b>FOR-PPA-11</b>	<b>Versión 02</b>
	<b>Página 3 de 4</b>	<b>Fecha Emisión 13.11.2020</b>

- Competencia Investigación: Categoriza información del mercado y del consumidor, utilizando metodologías de investigación para la toma de decisiones en proyectos de diferentes sectores.


#### **Competencias Profesional del Ciclo Profesional**

- Competencia Mercadeo: Crea planes de marketing para mercados locales e internacionales, mediante el análisis de datos, el estudio del mercado, las necesidades y motivaciones de los consumidores, y el uso de tecnologías afines a la disciplina.
- Competencia Publicidad: Construye campañas publicitarias persuasivas y creativas para la difusión en medios de comunicación, fundamentadas en el estudio de tendencias de consumo, público objetivo y el contexto.
- Competencia Comunicación: Desarrolla mensajes para diferentes públicos y escenarios, utilizando lenguajes, medios y plataformas acordes a las necesidades del mercado.
- Competencia Investigación: Propone soluciones a problemas de mercadeo y publicidad desde un enfoque investigativo y multidisciplinario, con pensamiento lógico, estratégico y visual para mejorar la competitividad en las organizaciones.

#### **3. Aprobación de la Malla Curricular**


Después de la revisión y discusión, el Comité aprobó por unanimidad la malla curricular del programa de Mercadeo y Publicidad en modalidad virtual, así como el perfil profesional del ciclo tecnológico y profesional.

<b>Compromisos de la reunión</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Responsable</b>	<b>Fecha de entrega</b>	<b>Seguimiento</b>
Generar Acta de la reunión	Yara Aillen Roa Aguilera	19/06/2024	OK

	<b>ACTA DE REUNIÓN</b>	
	<b>FOR-PPA-11</b>	<b>Versión 02</b>
	<b>Página 4 de 4</b>	<b>Fecha Emisión 13.11.2020</b>

<b>Acuerdos</b>
Se genera el acta y se inician la actualización de los syllabus del programa.

<b>Necesidades de comunicación</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Dirigido a</b>

	<b>FICHA TÉCNICA ACCIÓN DE FORMACIÓN</b>	
	FOR-PEC-03	Versión 10
	Página 1 de 4	Fecha Emisión 23.02.2024

1. **Denominación:** Experiencia del cliente desde la estrategia corporativa.
2. **Categoría Acción Formativa:** Marketing, Servicios & Ventas
3. **Tipo de acción formativa:** Curso
4. **Intensidad horaria:** 16 Horas
5. **Modalidad de acción formativa:** formación tutorizada con encuentros presenciales o encuentros sincrónicos mediados por TIC's.
6. **Objetivo general:** establecer una cultura centrada en el cliente en toda la organización, impulsando la fidelización, la retención y el crecimiento rentable a través de experiencias excepcionales del cliente.

**7. Población Objetivo:**

Directores y Gerentes Generales de Comercio, Medios de Comunicación y Otros Servicios.

Directores y Gerentes Generales de Producción de Bienes, Servicios Públicos, Transporte y Construcción.

Gerentes de Ventas, Mercadeo y Publicidad.


8. **Competencias formativas a desarrollar:** comprende el servicio al cliente, su evolución y prospectiva desde una concepción gerencial, con el propósito de aplicarlos en el diseño de estrategias de comunicación y marketing orientados al cliente.
9. **Competencia(s) para la productividad:**  
Adaptabilidad  
Resolución de problemas
10. **Resultados de aprendizaje de la acción formativa:** demuestra conocimientos de los fundamentos, las tendencias y los criterios orientados al cliente, en la implementación de estrategias de servicio y comunicación.

**11. Conocimientos previos:**

Examina datos de los sistemas de información, las plataformas tecnológicas y los medios digitales para establecer objetivos que mejoren la experiencia de los usuarios y la fidelización desde la gerencia del servicio.

Gerencia en servicio al cliente, Concepto cliente, consumidor y usuario Canales.

Comunicación corporativa.

 <b>compensar</b>   fundación universitaria	<b>FICHA TÉCNICA ACCIÓN DE FORMACIÓN</b>	
	FOR-PEC-03	Versión 10
	Página 2 de 4	Fecha Emisión 23.02.2024

**12. Enfoque metodológico:** la capacitación en la Fundación Universitaria Compensar desarrolla procesos formativos bajo un enfoque práctico que involucra metodologías activas de aprendizaje significativo. La presente acción formativa implementará la(s) siguiente(s) metodología(s), de acuerdo con el Modelo de Formación Institucional:

- Aprendizaje Basado en el Servicio - ApS
- Aprendizaje Basado en Casos - ABC
- Aprendizaje Basado en Proyectos – ABP
- Aprendizaje por simulación y juego de roles

**13. Estructura temática:** relacione cada uno de los módulos y temáticas, con la debida intensidad horaria.

<b>MÓDULO N° 1 Experiencia del cliente desde la estrategia corporativa</b>	
<b>Objetivo Específico:</b> Integrar la experiencia del cliente (CX) como un pilar fundamental de la estrategia corporativa, asegurando que esté alineada con los objetivos generales del negocio.	
<b>Temas</b>	<b>Intensidad Horaria</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipos de clientes y la manera correcta de prestar la atención.</li> <li>• Gestión integral del servicio al cliente.</li> </ul>	8

<b>MÓDULO N° 2 la interacción en canales tecnológicos y el aporte del talento humano para lograr la sostenibilidad en el contexto global.</b>	
<b>Objetivo Específico:</b> Fomentar una cultura centrada en el cliente en todos los niveles de la organización, capacitando y empoderando a los empleados para brindar experiencias excepcionales.	
<b>Temas</b>	<b>Intensidad Horaria</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemas de comunicación, y como lograr mejoras en la gerencia del servicio y la atención al cliente.</li> <li>• La comunicación como herramienta para conectar con los diferentes tipos de clientes</li> <li>• Canales y plataformas</li> </ul>	8


**14. Referentes teóricos:**

Aldana, L. & Vargas, M. (2014). *Calidad y servicio: conceptos y herramientas (3a. ed.)*. Ecoe Ediciones.

<https://elibro-net.ucompensar.basesdedatosezproxy.com/es/lc/ucompensar/titulos/114317>

Arenal Laza, C. (2016). *Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio (UF2382)*. Editorial Tutor Formación.

<https://elibro-net.ucompensar.basesdedatosezproxy.com/es/lc/ucompensar/titulos/44210>

 <b>compensar</b>   fundación universitaria	<b>FICHA TÉCNICA ACCIÓN DE FORMACIÓN</b>	
	FOR-PEC-03	Versión 10
	Página 3 de 4	Fecha Emisión 23.02.2024

Mateos de Pablo Blanco, M. Á. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*. COMM002PO IC Editorial.

<https://elibro-net.ucompensar.basesdedatosezproxy.com/es/lc/ucompensar/titulos/124251>

Rodríguez del Castillo, C. (2017). *Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio*: UF2382. Editorial CEP, S.L.

<https://elibro-net.ucompensar.basesdedatosezproxy.com/es/lc/ucompensar/titulos/51170>

#### 15. Perfil del facilitador:

Profesional experimentado y apasionado por la gestión de la experiencia al cliente (CX), deberán tener un fuerte conocimiento de los principios y las mejores prácticas de la CX, así como habilidades de comunicación y presentación efectivas. Además, deben tener fuertes cualidades personales, como un enfoque en el cliente, una mentalidad orientada a resultados y habilidades interpersonales fuertes.

#### 16. Recursos requeridos:


- Modalidad presencial: N/A
- Modalidad sincrónica:
  - Microsoft Office para la realización de actividades y la comunicación con los participantes.
  - Vídeos, Podcast o material de lectura complementario para profundizar en los temas abordados.

#### 17. Requisitos de certificación: 80% de asistencia al proceso de formación.

**Elaboró:** Sandra Milena Rache Larrota

**Aprobó contenido:** (Nombre completo y cargo)

**Fecha de elaboración ficha técnica:** 07/05/2024

 <b>compensar</b>   fundación universitaria	<b>FICHA TÉCNICA ACCIÓN DE FORMACIÓN</b>	
	FOR-PEC-03	Versión 10
	Página 4 de 4	Fecha Emisión 23.02.2024

## PROYECTOS ESPECIALES

### GUÍA DE CONTENIDOS PARA VIRTUALIZACIÓN – **NOMBRE DEL CURSO**

<b>NOMBRE DEL CURSO</b>			
<i>OBJETIVO: establecer la meta o fin último hacia el cual se dirige la acción formativa.</i>			
<b>Nombre del módulo</b>	<b>Número se sesión</b>	<b>Contenidos del módulo</b>	<b>Actividades</b>
<b>MÓDULO 1:</b> <i>Indicar el nombre del módulo</i>	<i>Indicar el número de la sesión a desarrollar</i>	<i>Establecer individualmente cada uno de los temas a abordar durante el módulo propuesto</i>	<i>Describir las actividades, evaluaciones, foros, videos y contenidos que deberán disponerse en plataforma como material de apoyo y avance del aprendizaje.</i>
<b>MÓDULO 2:</b> <i>Indicar el nombre del módulo</i>			
<b>MÓDULO 3:</b> <i>Indicar el nombre del módulo</i>			
<b>MÓDULO 3:</b> <i>Indicar el nombre del módulo</i>			

**Nota:** Los ítems deberán realizarse para cada módulo que componga la totalidad de las horas del diplomado.