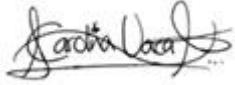
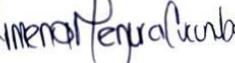


	ACTA DE REUNIÓN				
	FOR-PPA-11			Versión 02	
	Página 1 de 2			Fecha Emisión 13.11.2020	

Fecha	10 de octubre de 2023	Hora Inicio	2:00 p.m.	Hora Fin	2:30 p.m.
Proceso /Subproceso				Acta N°	10
Reunión de trabajo		Comité	Curricular	Capacitación	

Asistentes					
No.	Nombre	Cargo	¿asistió?		Firma
			Si	No	
1	Carolina Vaca González	Directora Programa	X		
2	Yara Ailen Roa Aguilera	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Bogotá	X		
3	Catalina Arenas Cárdenas	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Meta	X		
4	Ana Ximena Menjura Cucunuba	Coordinadora de Programa modalidad Virtual	X		

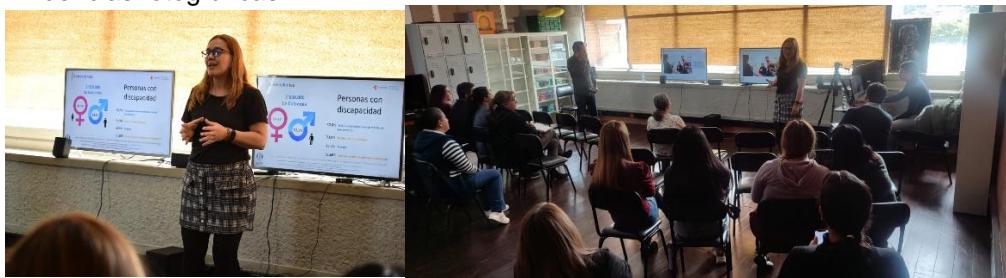
Temas																																																											
Contenido																																																											
Comité curricular Programa Mercadeo y Publicidad:																																																											
Los temas que se tratan en el comité son: Evaluación PIC, PA, RETOS Revisión traslado presupuesto Participación docentes investigadores en evento en el municipio de Chía Lanzamiento libro FACOM																																																											
Recomendaciones generales:																																																											
<ul style="list-style-type: none"> Evaluación PIC, PA, RETOS Se reúne la dirección y coordinación del programa para realizar la evaluación de los proyectos que se presentaron teniendo una calificación: Retos <table border="1"> <thead> <tr> <th>ID</th> <th>Correo electrónico</th> <th>Nombre</th> <th>Sede</th> <th>Facultad / Área</th> <th>Programa Académico</th> <th>Título del Proyecto</th> <th>Pro</th> <th>Tipo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>301</td> <td>ybenavides@ucompensar.edu.co</td> <td>Yady Carolina Benavides Mendieta</td> <td>Bogotá</td> <td>Escuela de Negocios</td> <td>Mercadeo y Publicidad</td> <td>Por definir</td> <td>#N/D</td> <td>RETO</td> </tr> <tr> <td>283</td> <td>fabarbosam@ucompensar.edu.co</td> <td>Faizully Andrea Barbosa Moreno</td> <td>Meta</td> <td>Escuela de Negocios</td> <td>Mercadeo y Publicidad</td> <td>Estrategia de marketing digital para</td> <td>3,88</td> <td>RETO</td> </tr> <tr> <td>300</td> <td>carenasc@ucompensar.edu.co</td> <td>Catalina Arenas cardenas</td> <td>Meta</td> <td>Escuela de Negocios</td> <td>Mercadeo y Publicidad</td> <td>Campaña publicitaria para villapet id</td> <td>#N/D</td> <td>RETO</td> </tr> </tbody> </table>						ID	Correo electrónico	Nombre	Sede	Facultad / Área	Programa Académico	Título del Proyecto	Pro	Tipo	301	ybenavides@ucompensar.edu.co	Yady Carolina Benavides Mendieta	Bogotá	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Por definir	#N/D	RETO	283	fabarbosam@ucompensar.edu.co	Faizully Andrea Barbosa Moreno	Meta	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Estrategia de marketing digital para	3,88	RETO	300	carenasc@ucompensar.edu.co	Catalina Arenas cardenas	Meta	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Campaña publicitaria para villapet id	#N/D	RETO																		
ID	Correo electrónico	Nombre	Sede	Facultad / Área	Programa Académico	Título del Proyecto	Pro	Tipo																																																			
301	ybenavides@ucompensar.edu.co	Yady Carolina Benavides Mendieta	Bogotá	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Por definir	#N/D	RETO																																																			
283	fabarbosam@ucompensar.edu.co	Faizully Andrea Barbosa Moreno	Meta	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Estrategia de marketing digital para	3,88	RETO																																																			
300	carenasc@ucompensar.edu.co	Catalina Arenas cardenas	Meta	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Campaña publicitaria para villapet id	#N/D	RETO																																																			
PIC																																																											
<table border="1"> <thead> <tr> <th>ID</th> <th>Correo electrónico</th> <th>Nombre</th> <th>Sede</th> <th>Facultad / Área</th> <th>Programa Académico</th> <th>Título del Proyecto</th> <th>Pro</th> <th>Tipo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>275</td> <td>garchila@ucompensar.edu.co</td> <td>German Alfredo Archila Gutierrez</td> <td>Bogotá</td> <td>Escuela de Negocios</td> <td>Mercadeo y Publicidad</td> <td>Torneo ucompartir</td> <td>4,00</td> <td>Proyel</td> </tr> <tr> <td>273</td> <td>carenasc@ucompensar.edu.co</td> <td>Catalina Arenas cardenas</td> <td>Meta</td> <td>Escuela de Negocios</td> <td>Mercadeo y Publicidad</td> <td>Propuesta experiencia de saberes ar</td> <td>4,44</td> <td>Proyel</td> </tr> <tr> <td>274</td> <td>carenasc@ucompensar.edu.co</td> <td>Catalina Arenas cardenas</td> <td>Meta</td> <td>Escuela de Negocios</td> <td>Mercadeo y Publicidad</td> <td>Lanzamiento y ejecución de la emisq</td> <td>3,63</td> <td>Proyel</td> </tr> </tbody> </table>						ID	Correo electrónico	Nombre	Sede	Facultad / Área	Programa Académico	Título del Proyecto	Pro	Tipo	275	garchila@ucompensar.edu.co	German Alfredo Archila Gutierrez	Bogotá	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Torneo ucompartir	4,00	Proyel	273	carenasc@ucompensar.edu.co	Catalina Arenas cardenas	Meta	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Propuesta experiencia de saberes ar	4,44	Proyel	274	carenasc@ucompensar.edu.co	Catalina Arenas cardenas	Meta	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Lanzamiento y ejecución de la emisq	3,63	Proyel																		
ID	Correo electrónico	Nombre	Sede	Facultad / Área	Programa Académico	Título del Proyecto	Pro	Tipo																																																			
275	garchila@ucompensar.edu.co	German Alfredo Archila Gutierrez	Bogotá	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Torneo ucompartir	4,00	Proyel																																																			
273	carenasc@ucompensar.edu.co	Catalina Arenas cardenas	Meta	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Propuesta experiencia de saberes ar	4,44	Proyel																																																			
274	carenasc@ucompensar.edu.co	Catalina Arenas cardenas	Meta	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Lanzamiento y ejecución de la emisq	3,63	Proyel																																																			
PA																																																											
<table border="1"> <thead> <tr> <th>ID</th> <th>Correo electrónico</th> <th>Nombre</th> <th>Sede</th> <th>Facultad / Área</th> <th>Programa Académico</th> <th>Título del Proyecto</th> <th>Pro</th> <th>Tipo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>203</td> <td>smrache@ucompensar.edu.co</td> <td>Sandra Milena Rache Larota</td> <td>Bogotá</td> <td>Escuela de Negocios</td> <td>Mercadeo y Publicidad</td> <td>Programa de Relacionamiento y Can</td> <td>3,83</td> <td>Proyel</td> </tr> <tr> <td>202</td> <td>juanescobar@ucompensar.edu.co</td> <td>Juan Andres Escobar Olaya</td> <td>Bogotá</td> <td>Escuela de Negocios</td> <td>Mercadeo y Publicidad</td> <td>Estrategia Competitiva de Marketing</td> <td>3,42</td> <td>Proyel</td> </tr> <tr> <td>189</td> <td>jserna@ucompensar.edu.co</td> <td>Juan Fernando Serna Prieto</td> <td>Bogotá</td> <td>Escuela de Negocios</td> <td>Mercadeo y Publicidad</td> <td>MarketFRESH: Estrategias en Desarr</td> <td>3,33</td> <td>Proyel</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>jserna@ucompensar.edu.co</td> <td>Juan Fernando Serna Prieto</td> <td>Virtual</td> <td>Escuela de Negocios</td> <td>Mercadeo y Publicidad</td> <td>360Advisor: Potenciando Marcas</td> <td>3,75</td> <td>Proyel</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>carenasc@ucompensar.edu.co</td> <td>Catalina Arenas cardenas</td> <td>Meta</td> <td>Escuela de Negocios</td> <td>Mercadeo y Publicidad</td> <td>Elaboración de la propuesta estrateg</td> <td>3,25</td> <td>Proyel</td> </tr> </tbody> </table>						ID	Correo electrónico	Nombre	Sede	Facultad / Área	Programa Académico	Título del Proyecto	Pro	Tipo	203	smrache@ucompensar.edu.co	Sandra Milena Rache Larota	Bogotá	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Programa de Relacionamiento y Can	3,83	Proyel	202	juanescobar@ucompensar.edu.co	Juan Andres Escobar Olaya	Bogotá	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Estrategia Competitiva de Marketing	3,42	Proyel	189	jserna@ucompensar.edu.co	Juan Fernando Serna Prieto	Bogotá	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	MarketFRESH: Estrategias en Desarr	3,33	Proyel	7	jserna@ucompensar.edu.co	Juan Fernando Serna Prieto	Virtual	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	360Advisor: Potenciando Marcas	3,75	Proyel	3	carenasc@ucompensar.edu.co	Catalina Arenas cardenas	Meta	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Elaboración de la propuesta estrateg	3,25	Proyel
ID	Correo electrónico	Nombre	Sede	Facultad / Área	Programa Académico	Título del Proyecto	Pro	Tipo																																																			
203	smrache@ucompensar.edu.co	Sandra Milena Rache Larota	Bogotá	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Programa de Relacionamiento y Can	3,83	Proyel																																																			
202	juanescobar@ucompensar.edu.co	Juan Andres Escobar Olaya	Bogotá	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Estrategia Competitiva de Marketing	3,42	Proyel																																																			
189	jserna@ucompensar.edu.co	Juan Fernando Serna Prieto	Bogotá	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	MarketFRESH: Estrategias en Desarr	3,33	Proyel																																																			
7	jserna@ucompensar.edu.co	Juan Fernando Serna Prieto	Virtual	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	360Advisor: Potenciando Marcas	3,75	Proyel																																																			
3	carenasc@ucompensar.edu.co	Catalina Arenas cardenas	Meta	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Elaboración de la propuesta estrateg	3,25	Proyel																																																			

- Revisión traslado presupuesto
Se realizó la reunión de seguimiento para confirmar y validar las actividades que se desarrollan en el 2023-2 y las que se proyectan para el 2024-1.
- Participación docentes investigadores en evento en el municipio de Chía.
El programa recibió invitación para participar el 3 festival de la palabra y 5 feria del libro de la red de bibliotecas públicas en el municipio de Chía.



Posterior al evento, los investigadores recibieron el certificado de participación.

Evidencias fotográficas





- Lanzamiento libro FACOM

El pasado jueves 26 de octubre se llevó a cabo el lanzamiento del libro “Tendencias del mercado: perspectivas y realidades”

Contó con la participación de diferentes autores:

Cardona Bedoya, Marcela.

Vaca González, Carolina

Valencia Velandia, Mauricio

Fajardo Vergara, Liliana.

García, Yivany Andrea.

Martínez Banfi, Hermes

Ruiz Herrera., Diana Elizabeth

Archila Gutiérrez, Germán Alfredo

Roa Aguilera, Yara Aileen

Valero Pacheco, Claudia

Ochoa Silva, Felipe Andrés

Santana Jiménez, Diana Patricia

Se adjunta el enlace del libro el cuál se encuentra de forma digital en el repositorio de la Universidad

<https://repositoriocrai.ucompensar.edu.co/handle/compensar/5065>



1. Final y despedida de la reunión.

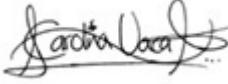
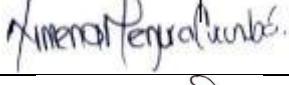
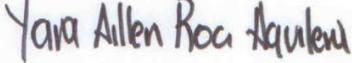
	ACTA DE REUNIÓN		
	FOR-PPA-11	Versión 02	
	Página 4 de 2	Fecha Emisión 13.11.2020	

Compromisos de la reunión			
Descripción	Responsable	Fecha de entrega	Seguimiento
Desarrollo Acta	Dirección Programa Mercadeo y Publicidad	10/10/2023	

Necesidades de comunicación	
Descripción	Dirigido a

 fundación universitaria	ACTA DE REUNIÓN			
	FOR-PPA-11		Versión 02	
	Página 1 de 15		Fecha Emisión 13.11.2020	

Fecha	27-11-2023	Hora Inicio	2:30 PM	Hora Fin	4:00 PM
Proceso /Subproceso	Currículo / Informe 2023-2 Mercadeo y publicidad a nivel nacional – Escuela de Negocios			Acta N°	001
Reunión de trabajo		Comité	X	Capacitación	

Asistentes					
No.	Nombre	Cargo	¿Asistió?		Firma
			Si	No	
1	Yadira Carolina Vaca González	Directora	X		
2	Ana Ximena Menjura Cucunubá	Coordinadora virtual	X		
3	Catalina Arenas Cárdena	Coordinadora Meta	X		
4	Yara Aileen Roa Aguilera	Coordinadora Bogotá	X		
5					

Temas	
<ol style="list-style-type: none"> PIC, PA, RETOS y PICTH finalizados y presentados de la Semana de la Innovación 2023-1. Evidencias: grabación de presentación, videos, fotos, pieza publicitaria / productos. Instrumentos de diseño microcurricular. Syllabus, Planeaciones Didácticas e Instrumentos de evaluación asegurados en Microcurrículo. Certificaciones digitales y/o Fundación Telefónica Colombia. Listados de estudiantes con proceso finalizado. Certificación asegurada en carpeta de mesocurrículo. Actas Comité Curricular de programa. Evidencia de actas firmada y asegurada en Mesocurrículo: Agosto (1), Septiembre, (1), Octubre (1) y Noviembre (1). 	
Desarrollo	
<ol style="list-style-type: none"> PIC, PA, RETOS y PICTH finalizados y presentados de la Semana de la Innovación 2023-2. Evidencias: grabación de presentación, videos, fotos, pieza publicitaria / productos. (Evidencias en mesocurrículo / gestores curriculares / noviembre). 	

Desde el inicio de semestre se programó las asignaturas y semestres en las que se lleva a cabo PIC, PA, RETOS, así como los docentes responsables

PROGRAMA MERCADEO Y PUBLICIDAD - NACIONAL

SEMESTRE	CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	PIC	PA	RETOS	Clase Espejo	DOCENTES
Séptimo	173008C	PLANEACIÓN DE MARKETING	3		X			Serna
Octavo	173012C	GERENCIA DE MARKETING	3	X		X		Arenas
Octavo	253015C	PLANEACIÓN DE MEDIOS	2	X		X		Orozco
Noveno	173013C	MARKETING INTERNACIONAL	3	X	X			Amin/Perico
Noveno	253017C	CREATIVIDAD	2		X			Sanchez

PA	TÍTULO	DOCENTE A CARGO
Fundamentos de Mercadeo	Proyecto MarketFRESH: Estrategias en Desarrollo	Fernando Serna
Planeación de Marketing	360Advisor: Potenciando Marcas	Fernando Serna
Relacionamientos con clientes	Programa de Relacionamiento y Campaña de Fidelización de Clientes a Microempresa	Sandra Rache
	Propuesta boceto estrategia BTL para emisora en sede Meta	Catalina Arenas, Jhoanna Ramos

PIC	TÍTULO	DOCENTE A CARGO
Marketing deportivo y Campañas 2	Torneo UCompartir	German Archila Fabian Pinzón
Varias asignaturas	Experiencia de saberes ancestrales, explorando la cultura de la comunidad KUWEI	Carlos Orozco, Tatiana Perico, Jhoanna Ramos (coordinación de programa Catalina Arenas)
Medios y Presupuesto Marketing Internacional	Franquiciando a Britije® Pastelería	John David Marulanda Calderón William Alexander Aguilar Cifuentes

RETO	TÍTULO	DOCENTE A CARGO
	Estrategia de marketing digital para contribuir al posicionamiento de la finca agroturística La Bonanza	Faizully Andrea Barbosa Moreno
Campañas	Campaña publicitaria para Villapet identificando las tendencias de consumo y mercado	Jhoanna Ramos - Tatiana Perico
Psicología del consumidor	Perfilamiento Fundación San Roque	Yady Carolina Benavides Mendieta

Semana de innovación**Evidencias fotográficas****Meta**

Semana de innovación



Panelistas invitados al foro industrias 4.0 en la educación

ACTA DE REUNIÓN

FOR-PPA-11

Versión 02

Página 4 de 15

Fecha Emisión 13.11.2020



Socialización proyectos PIC, PA, Retos – programa Mercadeo y Publicidad en Villavicencio.

ACTA DE REUNIÓN

FOR-PPA-11

Versión 02

Página 5 de 15

Fecha Emisión 13.11.2020



Proyecto emisora Meta – Marketing digital



Reto – proyecto Villapet – Marketing digital



Proyecto AMA – Semillero Mercadeo y Publicidad

Bogotá



Evaluación jurados – PIC torneo UCompartir



Proyecto sobre marketing sensorial proyecto Amazonas, liderado por el docente David Sánchez



Decano de la Escuela de Negocios, Gerardo Santos, participó en la actividad Marketing sensorial.

ACTA DE REUNIÓN

FOR-PPA-11

Versión 02

Página 10 de 15

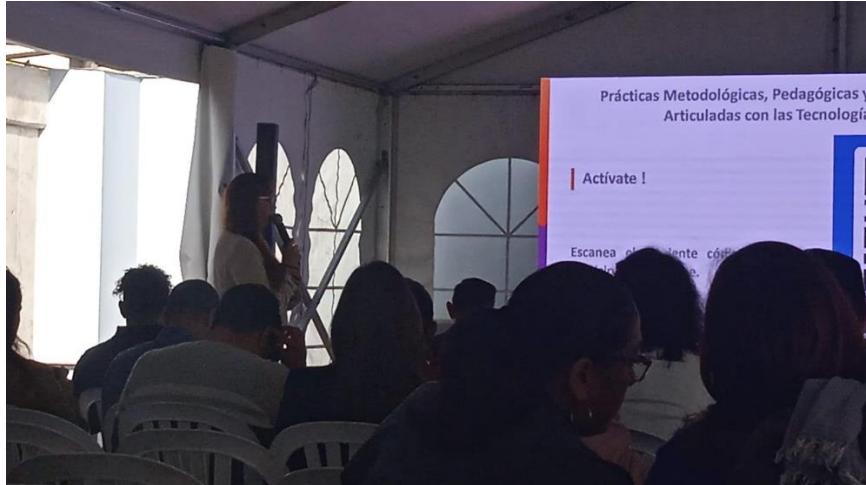
Fecha Emisión 13.11.2020



Presentación proyecto PA – estudiantes 1 semestre – Fundamentos de Mercadeo – docente Juan Fernando Serna



Reto – estudiantes 3 semestre – psicología del consumidor – docente Carolina Benavides – realizaron perfilamiento de cliente para Fundación San Roque, entidad encargada del rescate de animales para protección y adopción.



Presentación docentes buenas prácticas metodológicas, pedagógicas en articulación con las tecnologías – representante por el programa de Mercadeo y publicidad, la docente Sandra Rache





Presentación proyecto en alianza con el banco de alimentos y Corabastos.

2. Instrumentos de diseño microcurricular. Diseño de syllabus, planeaciones didácticas e instrumentos de evaluación asegurados en Microcurrículo, con acta de aprobación del Comité Curricular.

Syllabus

Nombre de curso	Modalidad: virtual o presencial	Docente responsable
Marketing de productos y servicios	Virtual	Yara Aillen Roa Aguilera
Estudios de mercadeo	Virtual	Pedro Layton Coy

Planeaciones didácticas

Nombre de curso	Modalidad: virtual o presencial	Docente responsable
Marketing deportivo	Virtual	Germán Archila Gutiérrez
Campañas publicitarias 1	Virtual	Fabián Pinzón Rodríguez
Marketing de productos y servicios	Virtual	Yara Aillen Roa Aguilera
Estudios de mercadeo	Virtual	Pedro Layton Coy
Redacción para medios digitales	Virtual	Gustavo Rubiano Jiménez
Planeación de medios	Virtual	Ana Ximena Menjura Cucunuba

Instrumentos de evaluación

Nombre de curso	Modalidad: virtual o presencial	Docente responsable
Marketing deportivo	Virtual	Germán Archila Gutiérrez
Campañas publicitarias 1	Virtual	Fabián Pinzón Rodríguez
Marketing de productos y servicios		Yara Aillen Roa Aguilera
Estudios de mercadeo	Virtual	Pedro Layton Coy
Redacción para medios digitales	Virtual	Gustavo Rubiano Jiménez
Planeación de medios	Virtual	Ana Ximena Menjura Cucunuba

3. Certificaciones digitales. Listados de certificaciones y número de estudiantes con proceso finalizado. Certificación asegurada en carpeta de mesocurrículo.

ENTIDAD CERTIFICADORA	NOMBRE CERTIFICACIÓN	DURACIÓN (CANTIDAD DE HORAS REQUERIDAS)	CURSO UCOMPENSAR	No. ESTUDIANTES CERTIFICADOS
Telefónica	Marketing digital	30 horas	Comunicación organizacional, Relacionamiento con clientes	7
Telefónica	Generación de nuevos negocios en la era digital	30 horas	FUNDAMENTOS DE MERCADEO	10
Cámara Colombiana de Comercio Electrónico	Varios cursos Del Marketing relacional al CRM Gestión del talento en el entorno digital insights de redes sociales en el marketing digital Marketing digital en redes sociales IA el futuro de la tecnología Fundamentos de marketing digital	3-5 horas	FUNDAMENTOS DE MERCADEO	6
Telefónica	Storytelling	25 horas	FUNDAMENTOS DE MERCADEO	8
Cámara Colombiana de Comercio Electrónico	Impacto económico del comercio electrónico en los negocios, Del Marketing Relacional al CRM, Implementa un modelo CRM	3-5 horas	RELACIONAMIENTO CON CLIENTES	24



ENTIDAD CERTIFICADORA	NOMBRE CERTIFICACIÓN	DURACIÓN (CANTIDAD DE HORAS REQUERIDAS)	CURSO UCOMPENSAR	No. ESTUDIANTES CERTIFICADOS
Cámara Colombiana de Comercio Electrónico	Analítica de email marketing y publicidad en línea, Big Data, Del Marketing Relacional al CRM, Crea tu negocio en eCommerce, Marca personal en LinkedIn, Impacto económico del comercio electrónico en los negocios, Liderazgo influyente		INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	20
Total, certificaciones				85

4. Actas Comité Curricular de programa. Evidencia de actas firmada y asegurada en Mesocurrículo: Agosto (1), Septiembre (1), Octubre (1) y Noviembre (1). (Pantallazo).

ACTA DE REUNIÓN					
compensar	fundación universitaria	FOR-PPA-11	Versión 02		
Página 1 de 2 Fecha Emisión 13.11.2020					
Fecha	12 de agosto de 2020	Hora Inicio	2:00 p.m.	Hora Fin	2:30 p.m.
Proceso / Autobloqueo				Aula N°	8
Reunión de trabajo	Comité	Curricular	Capacitación		
Asistentes					
No.	Nombre	Cargo	Asistió?	Si	No
1	Carolina Vaca González	Directora Programa	X		
2	Yara Alten Roa Aguilera	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Bogotá	X		
3	Catalina Arenas Cárdenas	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Meta	X		
4	Ana Ximena Menjura Cucunubá	Coordinadora de Programa modalidad Virtual	X		
Temas					
Contenido					
Comité curricular Programa Mercadeo y Publicidad:					
Los temas que se tratan en el comité son:					
Visita pares Especialización en planeación estratégica de medios					
Revisión cuadros maestros					
Gestión telefónica estudiantes No pagos					
Revisión horarios nacional					
Finalización cursos virtuales					
Entrevistas con docentes y estudiantes					
Socialización responsables PIC, PA, Retos					
Recomendaciones generales:					
<ul style="list-style-type: none"> Visita pares Especialización en planeación estratégica de medios Se revisa documentación, presentación con las diferentes áreas y decanaturas para la presentación de la especialización, el cual se lleva el 10 y 11 agosto, con el apoyo de los docentes con contrato a año, empresas seleccionadas, dirección y coordinaciones. 					
<ul style="list-style-type: none"> Revisión cuadros maestros El equipo nacional, dirección y coordinaciones se reunieron para la revisión de cuadros maestros solicitados por el área de planeación. 					
<ul style="list-style-type: none"> Gestión telefónica estudiantes No pagos Se llevaron a cabo llamadas telefónicas para realizar seguimiento a los estudiantes inscritos, que aún no han pagado, para el cierre respectivo. 					
<ul style="list-style-type: none"> Revisión horarios nacional La dirección da a conocer los horarios a nivel nacional para compartir la carga con los docentes. 					

ACTA DE REUNIÓN					
compensar	fundación universitaria	FOR-PPA-11	Versión 02		
Página 1 de 2 Fecha Emisión 13.11.2020					
Fecha	12 de septiembre de 2020	Hora Inicio	2:00 p.m.	Hora Fin	2:30 p.m.
Proceso / Autobloqueo				Aula N°	8
Reunión de trabajo	Comité	Curricular	Capacitación		
Asistentes					
No.	Nombre	Cargo	Asistió?	Si	No
1	Carolina Vaca Gonzalez	Directora Programa	X		
2	Yara Alten Roa Aguilera	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Bogotá	X		
3	Catalina Arenas Cárdenas	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Meta	X		
4	Ana Ximena Menjura Cucunubá	Coordinadora de Programa modalidad Virtual	X		
Temas					
Contenido					
Comité curricular Programa Mercadeo y Publicidad:					
Los temas que se tratan en el comité son:					
Estudiantes diplomado facultad					
Visita para Especialización Servicio al cliente					
Planeación estratégica de programa y Escuela de Negocios					
Inauguración de la Escuela de Negocios					
Preparación clase especio con la ECCI					
Taller de presupuesto Escuela de Negocios					
Revisión nueva aplicación para la gestión docente					
Recomendaciones generales:					
<ul style="list-style-type: none"> Estudiantes diplomado facultad Se revisa con el área de registro y control para validar la cantidad de estudiantes inscritos de los programas de Comunicación social, Mercadeo y Publicidad y Diseño Visual 					
Diplomado 2020-2 - Datos de acreditación					
Nombre completo	Dirección de correo electrónico	Tareas	Fecha de vencimiento		
Mayerly Fernanda Gomez	mfernando@compensar.edu.co	Finalizar Modulo 350	4/11/2023		
Tania Maricela Rodriguez Buitrago	tmarielarodriguez@compensar.edu.co	Finalizar Modulo 350	4/11/2023		
Christian Camilo Castro	ccastro@compensar.edu.co	Finalizar Modulo 350	4/11/2023		



ACTA DE REUNIÓN

FOR-PPA-11

Versión 02

Página 15 de 15

Fecha Emisión 13.11.2020

fundación universitaria		ACTA DE REUNIÓN																																					
		FOR-PPA-11		Versión 02																																			
		Página 1 de 2		Fecha Emisión 13.11.2020																																			
Fecha: 10 de octubre de 2023 Hora Inicio: 2:00 p.m. Hora Fin: 2:30 p.m. Presencia: Presencial Sala: Oficina PPA Reunión de trabajo: <input checked="" type="checkbox"/> Comité: Cumplir con la <input checked="" type="checkbox"/> Asistentes: <table border="1"> <thead> <tr> <th>No.</th> <th>Nombre</th> <th>Cargo</th> <th>Asistió?</th> <th>Sí</th> <th>No</th> <th>Firma</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Carolina Vaca González</td> <td>Directora Programa</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Yara Alén Roa Aguilera</td> <td>Coordinadora de Programa modalidad Presencial Bogotá</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Catalina Arenas Cárdenas</td> <td>Coordinadora de Programa modalidad Presencial Meta</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Ana Ximena Menjura Cucurubis</td> <td>Coordinadora de Programa modalidad Virtual</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		No.	Nombre	Cargo	Asistió?	Sí	No	Firma	1	Carolina Vaca González	Directora Programa	X				2	Yara Alén Roa Aguilera	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Bogotá	X				3	Catalina Arenas Cárdenas	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Meta	X				4	Ana Ximena Menjura Cucurubis	Coordinadora de Programa modalidad Virtual	X				ACTA DE REUNIÓN fundación universitaria		
No.	Nombre	Cargo	Asistió?	Sí	No	Firma																																	
1	Carolina Vaca González	Directora Programa	X																																				
2	Yara Alén Roa Aguilera	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Bogotá	X																																				
3	Catalina Arenas Cárdenas	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Meta	X																																				
4	Ana Ximena Menjura Cucurubis	Coordinadora de Programa modalidad Virtual	X																																				
		FOR-PPA-11		Versión 02																																			
		Página 1 de 2		Fecha Emisión																																			
Fecha: 29 de noviembre de 2023 Hora Inicio: 2:00 p.m. Hora Fin: 2:30 p.m. Presencia: Presencial Sala: Oficina PPA Reunión de trabajo: <input checked="" type="checkbox"/> Comité: Cumplir con la <input checked="" type="checkbox"/> Asistentes: <table border="1"> <thead> <tr> <th>No.</th> <th>Nombre</th> <th>Cargo</th> <th>Asistió?</th> <th>Sí</th> <th>No</th> <th>Firma</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Carolina Vaca González</td> <td>Directora Programa</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Yara Alén Roa Aguilera</td> <td>Coordinadora de Programa modalidad Presencial Bogotá</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Catalina Arenas Cárdenas</td> <td>Coordinadora de Programa modalidad Presencial Meta</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Ana Ximena Menjura Cucurubis</td> <td>Coordinadora de Programa modalidad Virtual</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		No.	Nombre	Cargo	Asistió?	Sí	No	Firma	1	Carolina Vaca González	Directora Programa	X				2	Yara Alén Roa Aguilera	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Bogotá	X				3	Catalina Arenas Cárdenas	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Meta	X				4	Ana Ximena Menjura Cucurubis	Coordinadora de Programa modalidad Virtual	X				ACTA DE REUNIÓN fundación universitaria		
No.	Nombre	Cargo	Asistió?	Sí	No	Firma																																	
1	Carolina Vaca González	Directora Programa	X																																				
2	Yara Alén Roa Aguilera	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Bogotá	X																																				
3	Catalina Arenas Cárdenas	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Meta	X																																				
4	Ana Ximena Menjura Cucurubis	Coordinadora de Programa modalidad Virtual	X																																				
		FOR-PPA-11		Versión 02																																			
		Página 1 de 2		Fecha Emisión																																			
Temas: Contenido: Comité curricular Programa Mercadeo y Publicidad: Los temas que se tratan en el comité son: • Evaluación PIC, PA, RETOS • Revisión tránsito presupuesto Participación docentes investigadores en evento en el municipio de Chía Lanzamiento libro FACOM Recomendaciones generales: <ul style="list-style-type: none"> Evaluación PIC, PA, RETOS Se reitera la dirección y coordinación del programa para realizar la evaluación de los proyectos que se presentaron teniendo una calificación. Retos PIC PA 		Temas: Contenido: Comité curricular Programa Mercadeo y Publicidad: Los temas que se tratan en el comité son: • Semana de innovación • Cuestionario diplomado • Revisión horarios 2024-1 • Taller de innovación y Telling • Revisión Mapa de competencias definidas desde el programa • Celebración día del mercadólogo y publicista • Finalización cursos virtuales Recomendaciones generales: <ul style="list-style-type: none"> • Semana de innovación Seguimiento ya acompañamiento en las actividades realizadas a los docentes responsables de las mismas, generando al final como propuesta, el reconocimiento a la labor docente y sus estudiantes. 																																					

Compromisos de la reunión

Descripción	Responsable	Fecha de entrega	Seguimiento
Diligenciamiento acta informe final	Yara A. Roa Aguilera	30/11/2023	

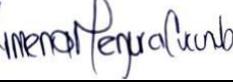
Acuerdos

Necesidades de comunicación

Descripción	Dirigido a

	ACTA DE REUNIÓN			
	FOR-PPA-11		Versión 02	
	Página 1 de 2	Fecha Emisión 13.11.2020		

Fecha	12 de septiembre de 2023	Hora Inicio	2:00 p.m.	Hora Fin	2:30 p.m.
Proceso /Subproceso				Acta N°	9
Reunión de trabajo		Comité	Curricular	Capacitación	

Asistentes					
No.	Nombre	Cargo	¿Asistió?		Firma
			Si	No	
1	Carolina Vaca González	Directora Programa	X		
2	Yara Ailen Roa Aguilera	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Bogotá	X		
3	Catalina Arenas Cárdenas	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Meta	X		
4	Ana Ximena Menjura Cucunuba	Coordinadora de Programa modalidad Virtual	X		

Temas
Contenido
Comité curricular Programa Mercadeo y Publicidad:
Los temas que se tratan en el comité son: Estudiantes diplomado facultad Visita pares Especialización Servicio al cliente Planeación estratégica de programa y Escuela de Negocios Revisión mapa de competencias Preparación clase espejo con la ECCI Taller de presupuesto Escuela de Negocios Revisión nueva aplicación para la gestión docente
Recomendaciones generales:
<ul style="list-style-type: none"> Estudiantes diplomado facultad Se revisa con el área de registro y control para validar la cantidad de estudiantes inscritos de los programas de Comunicación social, Mercadeo y Publicidad y Diseño Visual

Diplomado 2023-2 - Datos de asignación			
Nombre completo	Dirección de correo electrónico	Tareas	Fecha de vencimiento
Mayerly Ferrucho Gomez	mferrucho@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Tania Manuela Rodriguez Buitrago	tmrodriguez@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Christian Camilo Castro Paez	christianccastro@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023

Nicolas David Leal Cante	nleal@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Ingri Carolina Yara Arenas	icyara@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Miguel Angel Tellez Jara	mangeltellez@ucompensar.edu.co malejandragomez@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Maria Alejandra Gomez Rodriguez	o	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Diana Marcela Gongora Torres	dgongora@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Carolina Franco Medina	cfrancom@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Brian Eliecer Rodriguez Lozano	berodriguez@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Sebastian Paredes Rodriguez	sparedesr@ucompensar.edu.co joseandresgonzalez@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Jose Andres Gonzalez Patarroyo		Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Sebastian Guzman Bulla	sguzmanb@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
German Leonardo Hortua Rojas	ghortua@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Angi Gisella Rivera Gonzalez	agrivera@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Karen Johanna Galeano Cardona	kjgaleano@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Anderson David Gonzalez Prieto	adgonzalezp@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Miguel angel nustes Cortes	manustesc@ucompensar.edu.co jestebanmartinez@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Juan Esteban Martinez Prieto	o	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Martin David Arrieta Gomez	mdarrieta@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Cesar Augusto Lizarazo Figueroa	caugustolizarazo@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Brayan Alberto Guzman Cespedes	balbertoguzman@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Jasmin Andrea Cifuentes Albarracin	jasminacifuentes@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Daniela Sanabria Ayala	dsanabriaa@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Laura Camila Garcia Rodriguez	lcamilagarcia@ucompensar.edu.co danielaamartinez@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Daniela Alejandra Martinez Ortiz	o	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Carmen Daniela Sanabria Florez	cdanielasanabria@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Maria Alejandra Munoz Rodriguez	mariaamunoz@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Leydi Johana Pinzon Lemus	ljojanapinzon@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Carolain Silva Prado	csilvap@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Diana Alejandra Saenz Ramirez	dasaenz@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Daniela Estefania Barrios Cobaleda	debarrios@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Johanna Puentes Mateus	jnpuentes@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Dolly Joel Lopez Ramirez	djoellopez@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Wendy Jiseth Mosquera Rodriguez	wjmosquera@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Paula Marcela Pachon Ojeda	pmpachon@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Camila Jimenez Galeano	cjimenezg@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Yibeth Mayerli Nieto Gutierrez	ymnieto@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Karen Andrea Pomar Navarro	kpomar@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Yenny Vannesa Quintero Caycedo	yvquintero@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Tania Veronica Gutierrez Guasca	tvgutierrez@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023

	ACTA DE REUNIÓN		
	FOR-PPA-11	Versión 02	
	Página 3 de 2	Fecha Emisión 13.11.2020	

Ivan Camilo Bello Medrano	icbello@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Paula Andrea Gomez Tejedor	pagomeztejedor@ucompensar.edu.co	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023

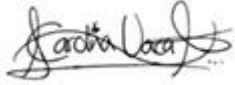
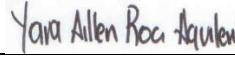
- Visita pares Especialización en experiencia y servicio al cliente
Se revisa documentación, presentación con las diferentes áreas y decanaturas para la presentación de la especialización, el cual se lleva el 7 y 8 de septiembre, con el apoyo de los docentes con contrato a año, empresas seleccionadas, dirección y coordinaciones.
 - Planeación estratégica de programa y Escuela de Negocios
Revisión del plan del programa se ajuste a la planeación estratégica de facultad e institución.
 - Preparación clase espejo con la ECCI
Reuniones preparatorias con la docente Vanesa Uribe quien es la persona delegada por parte de la ECCI, para realizar la clase espejo, la cual se lleva a cabo con estudiantes de primer y séptimo semestre.
 - Taller de presupuesto Escuela de Negocios
La dirección y coordinaciones a nivel nacional se reúnen para revisar las actividades del 2023-2 y 2024-1 para proyectar y estar en línea con el plan de acción del programa, la Escuela de Negocios y la institución.
 - Revisión nueva aplicación para la gestión docente
Por parte de dirección y coordinaciones se recibe capacitación de la plataforma de evaluación donde estudiantes y docentes pueden realizar dicha actividad de una forma ágil, práctica y segura.
1. Final y despedida de la reunión.

Compromisos de la reunión			
Descripción	Responsable	Fecha de entrega	Seguimiento
Desarrollo Acta	Dirección Programa Mercadeo y Publicidad	12/09/2023	

Necesidades de comunicación	
Descripción	Dirigido a

	ACTA DE REUNIÓN		
	FOR-PPA-11	Versión 02	
	Página 1 de 2	Fecha Emisión 13.11.2020	

Fecha	12 de agosto de 2023	Hora Inicio	2:00 p.m.	Hora Fin	2:30 p.m.
Proceso /Subproceso				Acta N°	8
Reunión de trabajo		Comité	Curricular	Capacitación	

Asistentes					
No.	Nombre	Cargo	¿asistió?		Firma
			Si	No	
1	Carolina Vaca González	Directora Programa	X		
2	Yara Ailen Roa Aguilera	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Bogotá	X		
3	Catalina Arenas Cárdenas	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Meta	X		
4	Ana Ximena Menjura Cucunuba	Coordinadora de Programa modalidad Virtual	X		

Temas
Contenido
Comité curricular Programa Mercadeo y Publicidad:
Los temas que se tratan en el comité son: Visita pares Especialización en planeación estratégica de medios Revisión cuadros maestros Gestión telefónica estudiantes No pagos Revisión horarios nacional Finalización cursos virtuales Bienvenida docentes y estudiantes Socialización responsables PIC, PA, Retos
Recomendaciones generales:
<ul style="list-style-type: none"> Visita pares Especialización en planeación estratégica de medios Se revisa documentación, presentación con las diferentes áreas y decanaturas para la presentación de la especialización, el cual se lleva el 10 y 11 agosto, con el apoyo de los docentes con contrato a año, empresas seleccionadas, dirección y coordinaciones. Revisión cuadros maestros El equipo nacional, dirección y coordinaciones se reunieron para la revisión de cuadros maestros solicitados por el área de planeación. Gestión telefónica estudiantes No pagos Se llevaron a cabo llamadas telefónicas para realizar seguimiento a los estudiantes inscritos, que aún no han pagado, para el cierre respectivo. Revisión horarios nacional La dirección da a conocer los horarios a nivel nacional para compartir la carga con los docentes

para este 2023-2.

- Finalización cursos virtuales**
 Marketing deportivo – Germán Archila – ejecución 100%
 Campañas publicitarias 1 – Fabián Pinzón – ejecución 100%
 Marketing de productos y servicios- Yara Roa – Ejecución 100%
 Estudios de mercadeo – Gerson Cristancho – docente externo – No continua con el proceso – Renuncia, se deja para la 5 cohorte.
 Redacción para medios digitales – Gustavo Rubiano – 100%
 Planeación de medios – Ximena Menjura – 80%
- Bienvenida docentes y estudiantes**
 Se realiza la bienvenida a docentes de manera virtual, con el fin de tener la participación de todos los docentes tanto de la sede Bogotá como Meta. Se cuenta sobre los cambios institucionales y se le comparte la carga académica.
- Socialización responsables PIC, PA, Retos y certificaciones**
 Se realiza reunión con los docentes para delegar las actividades de PIC, PA, Retos y certificaciones, quedando de la siguiente forma:

PROGRAMA MERCADEO Y PUBLICIDAD - NACIONAL

SEMESTRE	CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	PIC	PA	RETOS	Clase Espejo	DOCENTES
Séptimo	173008C	PLANEACIÓN DE MARKETING	3		X			Serna
Octavo	173012C	GERENCIA DE MARKETING	3	X		X		Arenas
Octavo	253015C	PLANEACIÓN DE MEDIOS	2	X		X		Orozco
Noveno	173013C	MARKETING INTERNACIONAL	3	X	X			Amin/Perico
Noveno	253017C	CREATIVIDAD	2		X			Sánchez

PIC

Sede	Facultad / Área	la, ción, ón o ncia	Objetivo de Desarrollo Sostenible ODS (máximo 2)	Propósito del proyecto o Reto	Resumen	Descripciones (Palabras clave - 3)	Producto esperado	Nombre del docente o docente(s) a cargo del PIC	Nombre de estudiantes participantes	Responsable del programa (quien coordina la actividad)
Bogotá	Escuela de negocios	de	3. Salud y bienestar	Apoyar a la Fundación la Granja de Mascotas con a través de la ejecución del Torneo UCompartir.	Desarrollar el Torneo UCompartir en su sede Bogotá teniendo en las administraciones de Marketing deportivo y Campañas Publicitarias 2, con el fin de ejecutar un torneo relampago de PingPong con estudiantes, administrativos y docentes de la Universidad U Compensar, con el fin de apoyar a la Fundación la Granja de Mascotas.	Marketing Deporte Publicidad	Torneo	German Archila Fabian Pinzon	Davary Maloy Barrera Angela Yuleth Diaz Gaitan Paula Alejandra Moreno Rios Daisy Hoyos Yazdi Leon Felipe Ortega Paula Facion Nasly Romero	German Archila Fabian Pinzon
Meta	Escuela de negocios								Catalina Arenas	
Meta	Escuela de negocios								Catalina Arenas	

PA

Sede	Facultad / Área	Programa	Título del proyecto	Tipo de estrategia (PA)	Carro e signatura en la que se desarrolla	Empresa, industria, organización, institución, sector que se beneficiará con el proyecto	Objetivo de Desarrollo Sostenible ODS (máximo 2)	Propósito del proyecto o Reto	Resumen	Descripción (Palabras clave - 3)	Producto esperado	Nombre del docente PA	Número de estudiantes participantes	Responsable del programa (quien coordina la actividad)	Correo de contacto	Plaza de presentación, días/hora (8:00 pm a 10:00 pm) - nocturna (8:00 pm a 10:00 pm)	Presentación (modalidad)
Bogotá	Escuela de negocios	Mercados y Publicidad	StílAdvisor: Potenciando Marcas	PA	Planeación de Marketing	Microempresarios	8- Trabajo desarrollo y crecimiento económico	Continuar un plan de marketing para una microempresa	Área de oportunidad: En las empresas que tienen una marca propia y que no tienen estrategias de marketing para su marca.	Diagrama de mercado Plan de Marketing Estrategias corporativas	plan de marketing	Fernando Serna	Serna fernando.serna@compensar.edu.co			virtual	
Bogotá	Escuela de Negocios	Mercados y Publicidad	Programa de Relacionamiento y Campaña de Fidelización de Clientes a Microempresarios para el mes de Octubre.	PA	RELACIONAMIENTO CON CLIENTES	Microempresarios	7- Trabajo desarrollo y crecimiento económico. Producción y consumo responsables.	Requerir la implementación de un sistema de gestión de relaciones con los clientes (CRM) que permita el mejoramiento de la relación entre la empresa y sus clientes, así como la generación de estrategias para mejorar la satisfacción de los clientes, así como la generación de estrategias para aumentar la rentabilidad de los clientes, así como la generación de estrategias para reducir el riesgo de pérdida de clientes.	Los estudiantes implementarán una estrategia en la cual realizarán un diagnóstico sobre la situación actual, proponerán un mejoramiento de los sistemas existentes y elaborarán un plan de acción para generar una estrategia de fidelización de clientes que mejore la relación de los clientes, así como la generación de estrategias para aumentar la rentabilidad de los clientes, así como la generación de estrategias para reducir el riesgo de pérdida de clientes.	CRM Customer Relationship Management; Relacionamiento, Monitoreo, Seguimiento, Optimización, Gestión de Clientes, Análisis de datos, Segmentación, Selección de mercados, Implementación de estrategias de marketing.	Ricardo Márquez	Sandra Milena Rache Londoño sandra.milena.rache@compensar.edu.co	Sandra Milena Rache Londoño		Diana	Presencial	
Bogotá	Escuela de Negocios	Mercados y Publicidad	Propuesta Inversión estrategia RII para emisión en sede Meta											Catalina Arenas		8 pm - 10 pm	Presencial



RETOs

Sede	Facultad / Área	Programa	Título del proyecto	Tipo de estrategia (RETO)	Curso o asignatura en el que se desarrolla	Empresa, industria, organización, institución, comunidad, población o sector que se beneficia con el proyecto	Objetivo de Desarrollo Sostenible ODS (máximo 2)	Propósito del proyecto o Reto	Resumen	Descriptores (palabras clave, 3)	Producto esperado	Nombre del docente PA
Bogotá, D.C.	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Franchiciando a Britje® Pastelería	RETO	Medios y Presupuesto Marketing Internacional	Britje® Pastelería	Emprendimiento Generación de empleo	Desarrollar una propuesta de expansión local para el emprendimiento gastronómico Britje® Pastelería.	Propuesta de expansión local y comercialización para Britje® Pastelería, a través del modelo de franquicia.	Espansión: Franquicia Comercialización Publicidad / medios	Propuesta de formato de franquicia comercialización del mismo.	John David Marulanda Calderón William Alexander Aguilar Cifuentes
Meta	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Diseñar campaña publicitaria para villapet identificando tendencias de consumo	RETO								

Certificaciones

PROGRAMA	CERTIFICACIÓN			ENLACE	DOCENTES
	SEMESTRE	ASIGNATURA	CRÉDITOS		
Primerº	FUNDAMENTOS DE MERCADEO	4	Storytelling	https://conectaempleo-formacion.fundaciontelefonica.com/web/co-storytelling-ft-ed-2	Serna Roa Rave
Primerº	FUNDAMENTOS DE MERCADEO	4	Curso de Técnicas de Persuasión para Marketing	https://plati.com/clases/2595-persuasion/43562-quieres-que-tu-marca-sea-tan-adictiva-como-coca-co/	
Cuarto	COMUNICACION ORGANIZACIONAL	3	Curso de Slack para Mejorar tu Comunicación Online	https://plati.com/clases/1951-slack/29335-por-que-usar-slack-para-comunicarte-con-tu-equipo/	Aguilar/Marulanda
Sexto	MEDIOS Y PRESUPUESTOS	3	Curso de Google Ads Search	https://plati.com/cursos/google-search/	
Noveno	MARKETING INTERNACIONAL	3	Aspectos aduaneros, cambiarios y tributarios en las op	https://mendacc.territoriola.henda_ccb/	Amin/Perico

Clase espejo

Sede	Facultad / Área	Programa	Nombre Clase Espejo	Fecha	Hora	Curso o asignaturas involucradas	Universidades	Nombres docente Clase Espejo	Presentación (Presencial/Virtual)	Grupo estudiantes participantes	Coordinador de la actividad	Correo de contacto
Nacional	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Creación de empresa desde una perspectiva financiera	18 septiembre 2023	8:00 p.m.			Pedro Layton Priscila Amin Fabián Pinzón Adela Estefanía Layton Pinilla	Virtual			
Bogota	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Experiencia del cliente	27 septiembre 2023	10:00 a.m.	Gerencia del Servicio Fundamentos de mercado	ECO-IUcompensar	Vannessa Uribe Yara Roa Aguilera	Presencial	8 semestre - ECO 1 semestre - Ucompensar	Yara Roa Aguilera	yarienroa@ucompe.edu.co

Empresarios en el aula

Sede	Facultad / Área	Programa	Empresarios en el aula	Fecha	Hora	Curso o asignatura	Empresario/Cargo/Correo	Nombre docente responsable	Presentación (Presencial/Virtual)	Grupo estudiantes participantes	Coordinador de la actividad
Nacional	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Creación de empresa desde una perspectiva financiera	18 septiembre 2023	8:00 p.m.			Pedro Layton Priscila Amin Fabián Pinzón Adela Estefanía Layton Pinilla	Virtual		
Bogota	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Comunicación estratégica	26 de octubre 2023	11:00 AM	Gestión de la Publicidad	UCompensar	Leonor Cruz	Presencial	3311-1A DIA	Leonor Cruz

- Final y despedida de la reunión.

Compromisos de la reunión

Descripción	Responsable	Fecha de entrega	Seguimiento
Desarrollo Acta	Dirección Programa Mercadeo y Publicidad	12/08/2023	

Necesidades de comunicación

Descripción	Dirigido a



Fecha	29 de noviembre de 2023	Hora Inicio	2:00 p.m.	Hora Fin	2:30 p.m.
Proceso /Subproceso				Acta N°	11
Reunión de trabajo		Comité	Curricular	Capacitación	

Asistentes					
No.	Nombre	Cargo	¿Asistió?		Firma
			Si	No	
1	Carolina Vaca González	Directora Programa	X		
2	Yara Ailen Roa Aguilera	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Bogotá	X		
3	Catalina Arenas Cárdenas	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Meta	X		
4	Ana Ximena Menjura Cucunuba	Coordinadora de Programa modalidad Virtual	X		

Temas
Contenido
Comité curricular Programa Mercadeo y Publicidad:
Los temas que se tratan en el comité son:
Semana de innovación
Sustentación diplomado
Revisión horarios 2024-1
Taller de co_creación Story Telling
Revisión Mapa de competencias definidas desde el programa
Celebración día del mercadólogo y publicista
Finalización cursos virtuales
Recomendaciones generales:
<ul style="list-style-type: none"> • Semana de innovación Seguimiento ya acompañamiento en las actividades realizadas a los docentes responsables de las mismas, generando al final como propuesta, el reconocimiento a la labor docente y sus estudiantes.
Proyectos del programa PIC y PA



Fundamentos de mercadeo – Jornada noche



Marketing deportivo – campañas publicitarias – jornada noche



RETOS

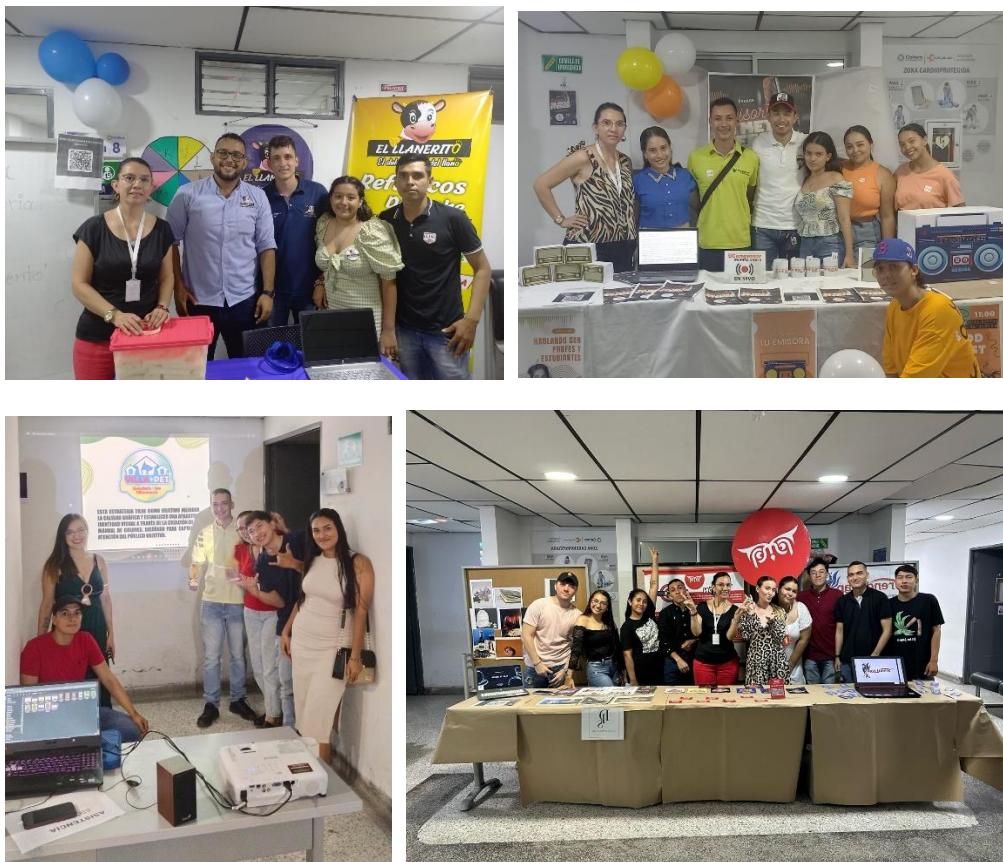
Psicología del consumidor 1 – Jornada diurna



Campañas 2 – Marketing internacional – Jornada noche

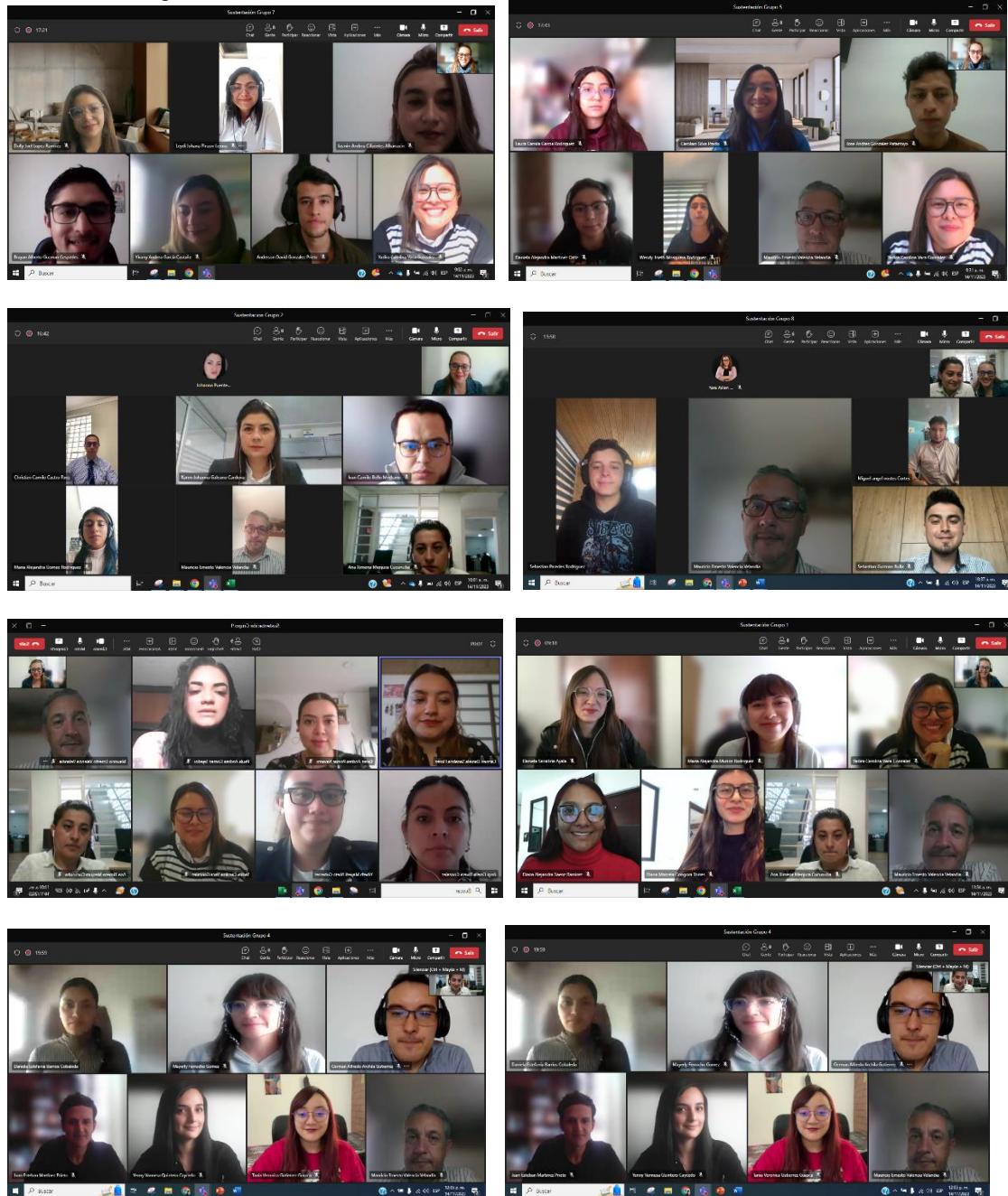


Meta



- Sustentación diplomado
Se realiza reunión preparatoria para contar con los jurados para esta actividad, dado que se cruza con la semana de innovación.

Evidencia fotográfica



- Revisión horarios 2024-1

Se reúne dirección y coordinaciones para revisión de carga académica del 2024-1, con el fin de validar docentes y disponibilidad de salones.

- Taller de co_creación Story Telling

Se realiza el taller de co_creación con docentes invitados de la ECCI, profesionales en publicidad quienes enseñaron a los estudiantes como crear historias para las marcas a través de la creatividad.

Evidencias fotográficas



- Revisión Mapa de competencias definidas desde el programa
Se revisan las competencias del programa y se proponen las siguientes:

Dirige procesos estratégicos a partir del análisis del marketing mix, reconociendo la transformación del comportamiento de consumo; interpretación de los datos e investigación, modelos gerenciales, indicadores de evaluación, control y ejecución a nivel nacional, internacional para la toma de decisiones y el logro de los objetivos bajo los principios y códigos éticos.						
FUNDAMENTOS DE MERCADO	RELACIONES PÚBLICAS	PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR	2	PLANEACIÓN DE MARKETING	TENDENCIAS DE CONSUMO Y MERCADO	COSTOS PARA MERCADO
Comprende los procesos de consumo con el fin de identificar las ventajas competitivas que tienen las marcas y servicios, a partir de la comprensión de las variables de segmentación, moda y tendencia, los modelos de comportamiento del consumidor, la identificación de las estrategias de marketing y la aplicación de técnicas y herramientas de diagnóstico desde los principios y códigos éticos	Analiza los públicos y su entorno con el fin de proponer estrategias de marketing, interpretando la investigación y el posicionamiento en escenarios globales a partir de protocolos de interacción con stakeholders y procesos de provisión, planificación y control en el contexto de la estrategia de marketing internacional.	Interpreta el proceso de decisión de compra con el fin de optimizar la gestión comercial, mediante la investigación y las variables que inciden en la determinación del precio de los bienes y servicios en el contexto de la estrategia de marketing, interpretando la comprensión de modelos de comportamiento del consumidor, la construcción y aplicación de herramientas de investigación y los costos que determinan el precio, siguiendo principios y códigos éticos.	Direcciona los procesos estratégicos de las organizaciones con el propósito de generar acciones de desarrollo a partir de las tendencias de investigación cualitativa, proceso de planeación, modelos gerenciales e indicadores de evaluación y control, teniendo en cuenta los principios y códigos éticos.	Comprende los procesos de consumo, con el fin de identificar ventajas competitivas de las marcas, productos y servicios, a partir de la comprensión de las variables que inciden en la determinación del precio de los bienes y servicios en el contexto de la estrategia de marketing, interpretando la comprensión de modelos de comportamiento del consumidor, la identificación de canales de contacto y la aplicación de técnicas y herramientas de diagnóstico desde los principios y códigos éticos.	Comprende el proceso comercial con el fin de optimizar la gestión comercial, mediante la investigación y las variables que inciden en la determinación del precio de los bienes y servicios en el contexto de la estrategia de marketing, interpretando la comprensión de los modelos de comportamiento del consumidor, la identificación de canales de contacto y la aplicación de técnicas y herramientas de diagnóstico desde los principios y códigos éticos.	Interpreta el proceso de decisión de compra con el fin de optimizar la gestión comercial, mediante la investigación y las variables que inciden en la determinación del precio de los bienes y servicios en el contexto de la estrategia de marketing, interpretando la comprensión de los modelos de comportamiento del consumidor, la construcción y aplicación de herramientas de investigación y los costos que determinan el precio, siguiendo principios y códigos éticos.
DISTRICCIÓN MERCADO DE SERVICIOS VENTAS RELACIONAMIENTO CON CLIENTES PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR 1	MARKETING INTERNACIONAL	GERENCIA DE MARKETING				PRECIO

Genera productos comunicativos persuasivos con el fin de apoyar los conceptos de campañas publicitarias en medios online y offline, partiendo de los lineamientos de tendencias, consumos actuales, la interpretación del fenómeno cultural de la publicidad acorde a la reglamentación legal y ética, aplicando las diferentes técnicas y herramientas creativas para la construcción y gestión de mensajes publicitarios.							
CAMPANAS PUBLICITARIAS 1	GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD	TALLER DE CREATIVIDAD	LENGUAJE Y CRÉATIVIDAD PUBLICITARIA	ELECTIVA 1 - IMAGEN CORPORATIVA Y BRANDING	ELECTIVA 2 - 173027C. MARKETING DEPORTIVO	MARKETING DIGITAL	PLANIFICACIÓN DE MEDIOS
Analiza la incidencia de la publicidad en el consumo individual y colectivo, con el propósito de interpretar el desarrollo de una campaña a partir del reconocimiento de las tendencias, consumos actuales, los procesos de diseño y ejecución de campañas, técnicas de creatividad, construcción de piezas gráficas y audiovisuales, que reflejan la calidad comunicativa teniendo en cuenta los códigos y principios éticos.	Determina estrategias de comunicación con el fin de gestionar campañas publicitarias en medios online y offline acordes con la regulación y legislación existentes, implementando los procesos creativos, haciendo uso de técnicas para la planeación táctica y creativa a partir de la lectura del entorno social cultural y el desarrollo de las campañas, construyendo ideas acordes a las problemáticas planteadas teniendo en cuenta la creatividad y la innovación.	Genera productos comunicativos disruptivos con el fin de capturar la atención de los consumidores en campañas publicitarias en medios online y offline, mediante la propuesta de planes de marketing digital, la integración de los elementos que integran el Branding, la valoración y selección de medios idóneos para optimizar el costo y lograr el alcance de los objetivos de comunicación, teniendo en cuenta los códigos y principios éticos.	Evaluá los procesos estratégicos de marca como fenómeno cultural y comunicativo, con el fin de posicionar los productos y servicios en los mercados y establecerlos a través de la propuesta de planes de marketing digital, la integración de los elementos que integran el branding, la valoración y selección de medios idóneos para optimizar el costo y lograr el alcance de los objetivos de comunicación, teniendo en cuenta los códigos y principios éticos.	Analiza la incidencia de la publicidad como fenómeno cultural y comunicativo, con el propósito de interpretar el desarrollo de una campaña y su alcance en los mercados, a partir del reconocimiento de las tendencias de narrativas, los procesos de diseño y ejecución de campañas publicitarias en medios online y offline, mediante la propuesta de planes de marketing digital, la integración de los elementos que integran el branding, la valoración y selección de medios idóneos para optimizar el costo y lograr el alcance de los objetivos de comunicación, teniendo en cuenta los códigos y principios éticos.	Genera productos comunicativos persuasivos con el fin de apoyar los conceptos de campañas publicitarias en medios online y offline, mediante la propuesta de planes de marketing digital, uso de indicadores de medios, técnicas de composición y montaje fotográfico, la aplicación de técnicas de creatividad, formas narrativas y narrativas transmedia, acordes con la reglamentación legal y códigos éticos.	Evaluá los procesos estratégicos de marca con el fin de posicionar los productos y servicios en los mercados y establecerlos a través de la propuesta de planes de marketing digital, uso de indicadores de medios, técnicas de composición y montaje fotográfico, la aplicación de técnicas de creatividad, formas narrativas y narrativas transmedia, acordes con la reglamentación legal y códigos éticos.	Genera productos comunicativos persuasivos con el fin de apoyar los conceptos de campañas publicitarias en medios online y offline, mediante la propuesta de planes de marketing digital, uso de indicadores de medios, técnicas de composición y montaje fotográfico, la aplicación de técnicas de creatividad, figuras retóricas y narrativas transmedia, acordes con la reglamentación legal y códigos éticos.

Construye textos informativos, comerciales y académicos, con el fin de crear contenidos optimizados para diversos soportes acordes con los principios y códigos éticos, utilizando elementos formales de la escritura y la expresión oral como la sintaxis, gramática y ortografía; técnicas que ofrece la hipermedialidad, multimedialidad, hipertextualidad e interactividad aplicado a marcas, productos y servicios.				Construye textos informativos, comerciales y académicos, con el fin de crear contenidos optimizados para diversos soportes acordes con los principios y códigos éticos, utilizando elementos formales de la escritura y la expresión oral como la sintaxis, gramática y ortografía; técnicas que ofrece la impermeabilización, multimedialidad, hipertextualidad e interactividad aplicado a marcas, productos y servicios.			
REDACCIÓN BÁSICA	REDACCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA	REDACCIÓN BÁSICA	REDACCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA

Interpreta los procesos de consumo, oferta y demanda, con el fin de conocer las oportunidades del mercado, para la toma de decisiones y dirección estratégica, mediante la construcción y aplicación de herramientas de investigación basado en los principios éticos.

Comprende el proceso comercial con el fin de conocer las oportunidades de mercado, el segmento, las tendencias de oferta y demanda, con base en el diagnóstico del entorno, las variables de marketing mix, la aplicación de matrices estratégicas e indicadores, modelos de servicio al cliente y planes presupuestales bajo principios y códigos éticos.	Comprende los procesos de consumo con el fin de identificar ventajas competitivas de las marcas, productos y servicios, a partir de la comprensión de las variables de segmentación, moda y tendencia, los modelos de comportamiento del consumidor, la identificación de canales de contacto y la aplicación de técnicas y herramientas de diagnóstico desde los principios y códigos éticos.	Direcciona los procesos estratégicos de las organizaciones con el propósito de generar acciones de marketing a partir de técnicas de investigación cualitativa, procesos de planeación, modelos gerenciales e indicadores de evaluación y control, teniendo en cuenta los principios y códigos éticos.	Interpreta el proceso de decisión de compra con el fin de optimizar la gestión comercial, mediante la investigación y las variables que inciden en la determinación del precio de los bienes y servicios en el mercado con base en la comprensión de modelos de comportamiento del consumidor, la construcción y aplicación de herramientas de investigación y los costos que determinan el precio, siguiendo principios y códigos éticos.
METODO CUANTITATIVO	INVESTIGACIÓN DE MERCADO (ESTUDIOS DE MERCADO)	INVESTIGACION CUALITATIVA	INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

- Celebración día del mercadólogo y publicista

Se gestiona la participación de un invitado externo que permita dar a conocer como la inteligencia artificial ha sido herramienta indispensable en el mercadeo y la publicidad.



- Finalización cursos virtuales
Después de realizar seguimiento a los cursos activos, se valida con el área de educación virtual y se da por finalizado los siguientes cursos:

Ciclo 3 - Planeación de Medios – 100% Finalizado



Mostrar los 5 datos adjuntos (2 MB) Guardar todo en OneDrive - UCompensar

Descargar todo

Estimados buenas tardes,

Garcias profe @Ana Ximena Menjura Cucunuba por la entega de los videos del curso **Planeación de Medios**.

Agradezco a @Karen Johana Lievano Espinosa, relacionar los formatos en la carpeta del curso y confirmar a virtualziar en el menor tiempo posible.

Quedo atenta a los comentarios,

Cordialmente,



Angie Catalina Ruiz | Asesora Pedagógica
Académica Virtual |
Dirección Educación Virtual

Ciclo 4 - Diseño de Experiencia de Usuario de la Esp. Experiencia y Servicio al Cliente – 100%



Angie Catalina Ruiz Moscoso

Para: Viviana Andrea Aguirre Valencia; Alejandro Murcia <murcta@gmail.com>
CC: Ana Ximena Menjura Cucunuba; Yadira Carolina Vaca Gonzalez; Diana Milena Riaño Cuevas

Miér 29/11/2023 3:34 PM

Estimados buenas tardes,

Confirmo que el curso pasa a corrección de estilo. Gracias a todos por la disposición y el compromiso en la actividad.

Quedo atenta a los comentarios,

Cordialmente,



Angie Catalina Ruiz | Asesora Pedagógica
Académica Virtual |
Dirección Educación Virtual
fundación
universitaria
Email: acrulzm@ucompensar.edu.co
Av. Calle 32 No. 17-30 | ucompensar.edu.co

Ciclo 5 - Método Cuantitativo – 100% finalizado

Angie Catalina Ruiz Moscoso

Para: Pedro Israel Layton Coy; Mauricio Ernesto Valencia Velandia
CC: Yadira Carolina Vaca Gonzalez; Ana Ximena Menjura Cucunuba; Diana Milena Riaño Cuevas

Jue 30/11/2023 8:17 AM

1 1

Estimados buenas tardes,

Me permito confirmar que en este momento el curso **Método Cuantitativo** del programa académico **Mercado y Publicidad** está completo y se recibió a satisfacción.

Por lo anterior, la Dirección de Educación Virtual agradece su compromiso y disposición frente al reto de realizar este curso.

En caso de que usted sea un experto temático externo a Ucompensar por favor enviar la cuenta de cobro a los correos dbayonar@ucompensar.edu.co y rad.cuentadecobro@ucompensar.edu.co

Por último, de manera atenta, solicitamos el diligenciamiento de la siguiente evaluación del asesor pedagógico asignado, esto nos permitirá conocer oportunidades de mejora, así como fortalezas: <https://forms.office.com/r/uvwBXEFECu>

Cualquier inquietud al respecto estaremos atentos.

1. Final y despedida de la reunión.

**Compromisos de la reunión**

Descripción	Responsable	Fecha de entrega	Seguimiento
Desarrollo Acta	Dirección Programa Mercadeo y Publicidad	29/11/2023	

Necesidades de comunicación

Descripción	Dirigido a



Fecha	06/06/2024	Hora Inicio	2:00 pm	Hora Fin	4:00 pm
Proceso /Subproceso	Currículo / Informe 2024-1 Mercadeo y Publicidad Nacional			Acta N°	01
Reunión de trabajo		Comité	X	Capacitación	

Asistentes					
No.	Nombre	Cargo	¿Asistió?		Firma
			Si	No	
1	Yadira Carolina Vaca González	Directora	X		
2	Sandra Milena Rache Larotta	Coordinadora virtual	X		
3	Yara Aileen Roa Aguilera	Coordinadora Presencial	X		
4	Catalina Arenas Cárdenas	Coordinadora Meta	X		
5	Lizeth Tatiana Perico	Docente	X		

Temas
<ol style="list-style-type: none"> 1. PIC, PA, RETOS y PICT Desarrollos durante el semestre 2024-1. Evidencias: grabación de presentación, videos, fotos, productos, etc. 2. Instrumentos de diseño microcurricular. Syllabus, Planeaciones Didácticas e Instrumentos de evaluación asegurados en Microcurrículo (presencial / virtual). 3. Certificaciones digitales. Número de estudiantes que accedieron a cada certificación. Actualizar información en documento de Excel -en línea-. Constancias (diploma) aseguradas en carpeta de mesocurrículo y/o repositorios de programa o área. 4. Actas Comité Curricular de programa. Evidencia de actas firmada y asegurada en Mesocurrículo: febrero (1), marzo (1), abril (1) y mayo (1). 5. Apoyo a procesos de acreditación o registro calificado. Descripción de actividades y productos.
Desarrollo
<ol style="list-style-type: none"> 1. PIC, PA, RETOS y PICT Desarrollos durante el semestre 2024-1. Evidencias: grabación de presentación, videos, fotos, productos, etc.

Desarrollo
<ol style="list-style-type: none"> 1. PIC, PA, RETOS y PICT Desarrollos durante el semestre 2024-1. Evidencias: grabación de presentación, videos, fotos, productos, etc.

PA	TÍTULO	DOCENTE A CARGO
MAURICIO ERNESTO VALENCIA VELANDIA	ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA ORGANIZACIÓN UCOMPENSAR.	MAURICIO ERNESTO VALENCIA VELANDIA
LEONOR CRUZ	PERFILAMIENTO DEL CLIENTE DE PRODUCTOS NATURALES FUNCIONALES	LEONOR CRUZ
FABIAN ANDRADI PINZÓN RODRÍGUEZ	TORNEO UCOMPARTIR	FABIAN ANDRADI PINZÓN RODRÍGUEZ
PRISCILA AMIN	PROTOCOLOS DE NEGOCIACIÓN E IMPACTO EN LOS PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN.	PRISCILA AMIN

PIC	TÍTULO	DOCENTE A CARGO
PIC-33	DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN DEL SERVICIO Y ESTRATEGIAS DE CAPTACIÓN DE CLIENTES	YARA AILLEEN ROA AGUILERA SANDRA MILENA RACHE
PIC-34	RELANZAMIENTO DE LA LÍNEA BRUNCH DE BRITIJE® PASTELERÍA	JOHN DAVID MARULANDA CALDERÓN WILLIAM ALEXANDER AGUILAR CIFuentes
PIC-35	CAMPAÑA DE RRPP Y RE- ARQUITECTURA DE MARCA BE+ FOUNDATION	GUSTAVO RUBIANO Y JUAN CARLOS SUÁREZ

RETO	TÍTULO	DOCENTE A CARGO
RT	Experiencia Ucompensar	LUIS DAVID SÁNCHEZ MARTINEZ
RT-14	Limitless Aerial Studio: una propuesta para ampliar su mercado corporativo.	VIVIANA ANDREA AGUIRRE

META	TÍTULO	DOCENTE A CARGO
PIC	Galería Fotográfica locatarios CC UNICO Villavicencio	Carlos Orozco
PA	Campaña Dia de la Madre CC Único Villavicencio	Jhoanna Ramos
RETO	Análisis del comportamiento del cliente del CC UNICO Villavicencio, identificación de Insights y desarrollo de estrategias de Ventas para locatarios.	Lizeth Tatiana Perico y Catalina Arenas Cárdenas
DESAFIO	Convocatoria cluster (SOMOS DEL META SOMOS LLANEROS), "Elaboración - propuesta de diseño para carro de balineras", competencia del cluster en carrera Redbull	Catalina Arenas Cárdenas

Evidencias:



ACTA DE REUNIÓN**FOR-PPA-11****Versión 02****Página 5 de 16****Fecha Emisión 13.11.2020**

Estudio Exploratorio sobre la percepción de la marca Oreo®
Analizar la percepción del público, sobre la youtube.com

Cordial saludo para todos!

Amablemente, les invito a visitar el stand **"BRANDSTRATEGIES"** en el pabellón Experiencias de Aprendizaje de la Feria virtual en la Semana de la Innovación y el emprendimiento 2024 - 1.

Se trata de un Proyecto de Aula denominado "**Estudio Exploratorio sobre la percepción de la marca Oreo® en universitarios residentes en Bogotá**", realizado por estudiantes de la carrera de Finanzas y Comercio Internacional en la asignatura de Investigación Mercados en el periodo académico 2024 - 1.

<https://www.youtube.com/watch?v=BBwnSh970l0>
<https://www.youtube.com/watch?v=AeRtuJFgjlo>

Recuerden dejar sus comentarios y pulsar ME GUSTA en el stand.

William Alexander Aguilar Cifuentes
Docente tutor
"Deme y lo olvide, enséñame y lo recuerdo, involucrarme y lo aprendo". **Benjamín Franklin**

Buenas tardes compañeros !!
Deseando todos se encuentren bien.

Solicitamos su apoyo para invitar a todos sus estudiantes tanto de virtual como presencial con ingresar a los STAND en Feria Virtual de la semana de la innovación y conocer los proyectos PA, PIC que están participando desde el Programa.

Ingresando al siguiente enlace:
<https://www.feravirtualonline.com/entradas/ucom/pensar/>

Pabellón No. 2. Experiencias de Aprendizaje:
 Proyectos Participantes Mercadeo y Publicidad en Virtual:

BRANDSTRATEGIES
Life2Be
Protocolo Internal Negociación

Y apóyalos por favor con un ❤



Estudiantes primer semestre – Dia
Fundamentos de Mercadeo / relacionamiento con clientes
 Generaron diagnostico de la situación del servicio y estrategias de captación de clientes



Estudiantes programa Mercadeo y Publicidad - Día
Comunicación organizacional
Elementos de la comunicación interna en la organización UCompensar



Presentación de los resultados de los proyectos de investigación del programa de
Mercadeo y publicidad



Proyecto de investigación Estrategias de Captación de Recursos y Donantes en Corabastos para Reducir el desperdicio para el Banco de Alimentos – con pasantes del programa



Lenguaje y creatividad publicitaria, estrategia de comunicación y divulgación del programa de mercadeo y publicidad sede meta.



Estrategia de relanzamiento de texto en redacción para medios digitales.



Desafío logo y estudiante con empresario del clúster - cierre semana innovación CC UNICO



PIC: Campaña Dia de la Madre CC Unico Villavicencio



RETO: Análisis del comportamiento del cliente del CC UNICO Villavicencio, identificación de Insights y desarrollo de estrategias de Ventas para locatarios.



DESAFIO: convocatoria cluster (SOMOS DEL META SOMOS LLANEROS), "Elaboración - propuesta de diseño para carro de balineras", competencia del cluster en carrera Redbull



Estudiantes del programa de mercadeo y publicidad, de 7 semestre! Liderados por @Gustavo Rubiano UCompensar y @Juan Carlos Suárez Docente UCompensar



Revisión de propuestas desde las instalaciones en Cruz Verde con el acompañamiento de UCompensar



Reto Cruz Verde

¿Cómo incrementar la venta retail, a partir de la experiencia ofrecida en los puntos de venta Cruz Verde?

En el marco de la Semana de la Innovación y el Emprendimiento 2024-1, los invitamos a participar en la **premiación del Reto Empresarial Cruz Verde**, en el cual participaron estudiantes de distintos programas académicos planteando soluciones para mejorar la productividad de esta relevante empresa del sector farmacéutico de Latinoamérica.

Fecha: 30 de mayo de 2024
Hora: 5:00 a 6:00 p.m.
Lugar: Auditorio UCompensar

premiación RETO Cruz Verde

2. Instrumentos de diseño microcurricular. Syllabus, Planeaciones Didácticas e Instrumentos de evaluación asegurados en Microcurrículo (presencial / virtual).

Planeaciones didácticas

Nombre de curso	Modalidad: virtual o presencial	Docente responsable
Campañas publicitarias 1	Virtual	Carolina Vaca

Syllabus

Nombre de curso	Modalidad: virtual o presencial	Docente responsable
Fundamentos de mercadeo	Virtual	Yara Roa

Gestión de la Publicidad	Virtual	Carolina Vaca	
Mercadeo de servicios	Virtual	Pedro Layton	
Ventas	Virtual	Mauricio Valencia	
Sociología y narrativas publicitarias	Presencial	Yara Roa	
Estrategias de fidelización	Virtual	Carolina Vaca	
Marketing para el servicio al cliente	Virtual	Yara Roa	
Plataformas CRM	Virtual	Mauricio Valencia	

Instrumentos de evaluación

Nombre de curso	Modalidad: virtual o presencial	Docente responsable
Fundamentos de mercados	Presencial	Yara Roa

3. Certificaciones digitales. Número de estudiantes que accedieron a cada certificación. Actualizar información en documento de Excel -en línea-. Constancias (diploma) aseguradas en carpeta de mesocurrículo y/o repositorios de programa o área.

Modalidad	No certificados
Bogotá	115
Meta	20
Virtual	1
Total	136

SEDE (Bogotá, Meta o Virtual)	ENTIDAD CERTIFICADORA	NOMBRE CERTIFICACIÓN	DURACIÓN (CANTIDAD DE HORAS REQUERIDAS)	CAMPO/AREA DEL CONOCIMIENTO (DISCIPLINA)	No. Estudiantes certificados (con soporte)
META	CONECTA EMPLEO	HABILIDADES SOCIOEMOCIONALES	30 h	Mercadeo	4
META	CONECTA EMPLEO	ADMINISTRACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE	20h	Mercadeo	2



META	CONECTA EMPLEO	NEUROMARKETING	30 h	Mercadeo	2
META	CONECTA EMPLEO	CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA	30 h.	Mercadeo	2
META	CONECTA EMPLEO	FINANZAS PERSONALES	30 h.	Mercadeo	1
META	CONECTA EMPLEO	NEUROMARKETING	30 h	Mercadeo	1
META	CONECTA EMPLEO	HABILIDADES SOCIOEMOCIONALES	30 h	Mercadeo	1
META	CONECTA EMPLEO	NEUROMARKETING	30 h	Mercadeo	1
META	CONECTA EMPLEO	CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA	30 h.	Mercadeo	1
META	CONECTA EMPLEO	NEUROMARKETING	30 h.	Mercadeo	1
META	CONECTA EMPLEO	ADMINISTRACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE	20 h.	Mercadeo	1
META	CONECTA EMPLEO	NETWORKING Y MARKETING PERSONAL	40 h.	Mercadeo	1
META	CONECTA EMPLEO	HABILIDADES SOCIOEMOCIONALES	30 h.	Mercadeo	1
META	CONECTA EMPLEO	CREA TU PODSCAT DESDE CERO	30 h.	Mercadeo	1
Bogotá	CONECTA EMPLEO	Marketing digital	30 h.	Mercadeo	30
Bogotá	CONECTA EMPLEO	Storytelling	25 h.	Mercadeo	30
Bogotá	CONECTA EMPLEO	Tácticas de negociación efectiva	30 h.	Mercadeo	28
Bogotá	CONECTA EMPLEO	Networking y marketing personal	40 h.	Mercadeo	29
Virtual	CONECTA EMPLEO	Programación Neurolingüística	25 h.	Mercadeo	1
				Total	136



4. Actas Comité Curricular de programa. Evidencia de actas firmada y asegurada en Mesocurrículo: febrero (1), marzo (1), abril (1) y mayo (1). (Pantallazo).

Enero

FOR-PPC-11 Versión 00		ACTA DE REUNIÓN		compensar unipanamericana fundación universitaria	
Pág. 1 de 2 Fecha Emisión 21-09-2015					
Proceso / Subproceso		Programa Mercadeo y Publicidad			
Reunión de trabajo	Comité	X	Capacitación		
No Asist.	01	Fecha 2024 B1 15	3.00 p.m.	4.00 p.m.	
		Año Mes Dia	Hora Inicio	Hora Fin	
ASISTENTES					
No.	Nombre	Cargo	ASISTENCIA	FIRMA	
1	Fabien Pineda Rodríguez	Decente	X		
2	Ana Ximena Merura Cucubula	Coordinadora virtual	X		
3	Mauro Valencia	Decente	X		
4	Yara Alíen Roa Aquilera	Coordinadora Brigada	X		
TEMA I					
Retirado para revisión y validación del trabajo intersemestral					
Fundamentos de Mercado					
Gestión de la publicidad					
Mercadeo de servicios					
Ventas					
CONTENIDO					
El comité curricular del programa reunió para revisar la actualización de los siguientes cursos:					
Fundamentos de mercadeo					
Se revisó el contenido y se incluyeron dos matices que son pertinentes y coherentes para complementar las temáticas.					
Experto para la actualización es: René Reyes y validador: Yara Roa					
Gestión de la Publicidad					
Se revisa syllabus y es potestad del docente actualizar las actividades.					
Experto para actualización es: Diego Altamiro y validador: Fabián Pineda					
Mercadeo de servicios					
Se revisa syllabus es potestad del docente la actualización de las actividades, dado que el					

FOR-PPC-11 Versión 00		ACTA DE REUNIÓN		compensar unipanamericana fundación universitaria	
Pág. 2 de 2 Fecha Emisión 21-09-2015					
Contenido es coherente y pertinente con lo que requiere la asignatura.					
Experto para actuar: Liana Fajardo y validador: Juan Andrés Escobar					
Ventas					
Se revisa el syllabus y se incluye e- wwwwww por la necesidad de incluir temática acorde a las necesidades del mercado.					
Experto para actualizar: Pedro Layon y validador: Mauricio Valencia					
COMPROBACIÓN DE LA REUNIÓN					
DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	FECHA DE ENTREGA	REQUERIMIENTO		
Realizar el acta	Yara Roa	15/01/2024			
ACUERDO I					
NECESIDADES DE COMUNICACIÓN					
DESCRIPCIÓN	DIRIGIDO A				

Febrero

FOR-PPA-11 Versión 03		ACTA DE REUNIÓN		compensar fundación universitaria	
Pág. 1 de 3 Fecha Emisión 13.11.2020					
Fecha	13/01/2024	Hora Inicio	9:00 AM	Hora Fin	10:00 AM
Proyecto	Curriculo Informe 2024-1 Mercadeo y Publicidad	Asistencia	X		
Asistencia					
Asistentes					
No.	Nombre	Cargo	Asistencia	Firma	
1	Yara Alíen Roa Aquilera	Directora	X		
2	Fabián Pineda Rodríguez	Decente	X		
3	Sandra Mónica Fischer	Decente	X		
4	Catalina Arenas	Coordinadora Metá	X		
5	Luzeth Tatiana Pérez	Decente	X		
Objetivo					
1. Presentar RIC-PA, Role del Programa Metálico y Palmaral Programa y Virtual					
2. Entregar informe de evaluación de competencias					
Se da a conocer distribución de participación docente con PA, PIC, RETOS para este 2024-L. Se solicita la presentación de los resultados de evaluación de competencias sobre las actividades a realizar, preparación de video y solicitud de certificación y que se cumpla para con el crecimiento de cada estudiante, empresarios en el aula, charlas con su programa.					
Para comenzar participación en sede Bogotá, Metá y Virtual y hacer la siguiente distribución de trabajo:					
Proyecto Integrador por competencias (PIC)					

FOR-PPA-11 Versión 03		ACTA DE REUNIÓN		compensar fundación universitaria	
Pág. 2 de 3 Fecha Emisión 13.11.2020					
No.	Nombre	Apellido	Nombre de la persona que realizó la actividad	Nombre del docente que realizó la actividad	Nombre del estudiante que realizó la actividad
1	Yara Alíen Roa Aquilera	Decente	Yara Alíen Roa Aquilera	Yara Alíen Roa Aquilera	Yara Alíen Roa Aquilera
2	Fabián Pineda Rodríguez	Decente	Fabián Pineda Rodríguez	Fabián Pineda Rodríguez	Fabián Pineda Rodríguez
3	Sandra Mónica Fischer	Decente	Sandra Mónica Fischer	Sandra Mónica Fischer	Sandra Mónica Fischer
4	Catalina Arenas	Coordinadora Metá	Catalina Arenas	Catalina Arenas	Catalina Arenas
5	Luzeth Tatiana Pérez	Decente	Luzeth Tatiana Pérez	Luzeth Tatiana Pérez	Luzeth Tatiana Pérez
Proyecto de Aula (PA)					
No.	Nombre	Apellido	Nombre de la persona que realizó la actividad	Nombre del docente que realizó la actividad	Nombre del estudiante que realizó la actividad
1	Yara Alíen Roa Aquilera	Decente	Yara Alíen Roa Aquilera	Yara Alíen Roa Aquilera	Yara Alíen Roa Aquilera
2	Fabián Pineda Rodríguez	Decente	Fabián Pineda Rodríguez	Fabián Pineda Rodríguez	Fabián Pineda Rodríguez
3	Sandra Mónica Fischer	Decente	Sandra Mónica Fischer	Sandra Mónica Fischer	Sandra Mónica Fischer
4	Catalina Arenas	Coordinadora Metá	Catalina Arenas	Catalina Arenas	Catalina Arenas
5	Luzeth Tatiana Pérez	Decente	Luzeth Tatiana Pérez	Luzeth Tatiana Pérez	Luzeth Tatiana Pérez
Entregas					
1. Presentación RIC-PA, Role del Programa Metálico y Palmaral Programa y Virtual					
2. Entregar informe de evaluación de competencias					
Se da a conocer distribución de participación docente con PA, PIC, RETOS para este 2024-L. Se solicita la presentación de los resultados de evaluación de competencias sobre las actividades a realizar, preparación de video y solicitud de certificación y que se cumpla para con el crecimiento de cada estudiante, empresarios en el aula, charlas con su programa.					
Para comenzar participación en sede Bogotá, Metá y Virtual y hacer la siguiente distribución de trabajo:					
Proyecto Integrador por competencias (PIC)					

FOR-PPA-11 Versión 03		ACTA DE REUNIÓN		compensar fundación universitaria	
Pág. 3 de 3 Fecha Emisión 13.11.2020					
Compromiso de la reunión					
Desempeño	Estado del Planearicua PA, PIC, RETOS, Clases, Exposiciones y seminarios en el Aula	Documento	Documento del 01 de Marzo de 2024	Responsable	Yara Alíen Roa Aquilera
Entregables					
Acuerdos					
Preparar Video Presentación para PA, PIC, RETOS					
Preparar Clases y exposiciones en el Aula, bases empresariales,					
Necesidades de comunicación					
Descripción	Bogotá				

Marzo

ACTA DE REUNIÓN				
		FOR-PPA-03 Versión 03 Página 3 de 3		
		Fecha Emisión 03/11/2020		
Término	23/10/2024	Motivo Reunión	00 AM	00:00
Presencia	Gremialista / Informe 2024-1 / Menciones y Plataformas			Afecto Sí
Asistencia de Asociados		Conteo	X	Especificación
Asistentes				
No.	Nombre	Cargo	Sig. No.	Firma
1	Fátima Carolina Saldaña	Asesora	X	<i>Fátima Carolina Saldaña</i>
2	Faer Alvaro Apaza Pérez	Coordinadora	X	<i>Faer Alvaro Apaza Pérez</i>
3	Sandra Milena Montaña	Coordinadora	X	<i>Sandra Milena Montaña</i>
4	Catalina Arenas Cárdenas	Coordinadora Meta	X	<i>Catalina Arenas Cárdenas</i>
5	Lizeth Tatiana Perico	Docente	X	<i>Lizeth Tatiana Perico</i>
Temas				
1. Comisión Nacional de Certificación Módulos Virtuales				

De la anterior convocatoria se presentó a 4 grupos de egresados del MOCM solicitar a los asistentes realizar las siguientes certificaciones internacionales con Fundación Andes:

Certificación Comunicación y Colaboración en la Era Digital - Virtual para la asistente Organizacional - MOCM.

 Fundación Universitaria	ACTA DE REUNIÓN FOB-PPA-001 Sesión: Sesión 03 Página 3 de 4 Fecha Emisión: 15.12.2020
Certificación Programación Neurosincronizada, destinada para la autogestión Psicológica del Consumidor 2º MOME	
Sesión 3: Programación Neurosincronizada: Virtual -Psicología del Consumidor MOME	
 Sandra Fernández Carrera: Licenciatura en Psicología Especialidad: Neuropsicología y Neuropsicoterapia Técnica: Neuropsicoterapia Sitio web: www.sandrafernandez.com	
 Karina Ochoa Zubia Carrera: Licenciatura en Psicología Especialidad: Neuropsicología y Neuropsicoterapia Técnica: Neuropsicoterapia Sitio web: www.karinaochoazubia.com	
Resumen: <p>Durante esta reunión se realizó una actividad práctica dirigida para las y los estudiantes de la especialidad de Neuropsicología y Neuropsicoterapia. El tema central de la actividad fue: "Desarrollo de habilidades de programación neurolinguística". Los participantes tuvieron la oportunidad de familiarizarse con el concepto de "Programación Neurolinguística" y su desarrollo en la Función Neurolingüística implementando el algoritmo sugerido y experimentando con su cuenta personalizada.</p>	
Ver más información sobre la actividad	
Concursos <hr/> <p>El presente es un programa digital, dirigido a menores de 18 años. Los menores tienen que leer la información legal.</p>	
Concursos	
<hr/> <p>Promover y apoyar la creación y desarrollo de contenidos digitales en la formación de los estudiantes de Bachillerato de Educación Superior.</p>	

Comprobantes de la reunión				
Descripción	Responsable		Fecha de entrega	Siguientes
Canalizar comunicación a los estudiantes de las asignaturas prácticas.	Octavio del programa a cargo de las asignaturas mencionadas.		27 de mayo de 2024	Yara, Allen, Rebeca, Agustina
Asistente				
Solicitar como separar el respectivo certificado.				

Abril

		DETALLES		DETALLES		DETALLES	
		DETALLES		DETALLES		DETALLES	
		DETALLES		DETALLES		DETALLES	
1.							
2.							
3.							
4.							
5.							
6.							
7.							
8.							
9.							
10.							
11.							
12.							
13.							
14.							
15.							
16.							
17.							
18.							
19.							
20.							
21.							
22.							
23.							
24.							
25.							
26.							
27.							
28.							
29.							
30.							
31.							
32.							
33.							
34.							
35.							
36.							
37.							
38.							
39.							
40.							
41.							
42.							
43.							
44.							
45.							
46.							
47.							
48.							
49.							
50.							
51.							
52.							
53.							
54.							
55.							
56.							
57.							
58.							
59.							
60.							
61.							
62.							
63.							
64.							
65.							
66.							
67.							
68.							
69.							
70.							
71.							
72.							
73.							
74.							
75.							
76.							
77.							
78.							
79.							
80.							
81.							
82.							
83.							
84.							
85.							
86.							
87.							
88.							
89.							
90.							
91.							
92.							
93.							
94.							
95.							
96.							
97.							
98.							
99.							
100.							
101.							
102.							
103.							
104.							
105.							
106.							
107.							
108.							
109.							
110.							
111.							
112.							
113.							
114.							
115.							
116.							
117.							
118.							
119.							
120.							
121.							
122.							
123.							
124.							
125.							
126.							
127.							
128.							
129.							
130.							
131.							
132.							
133.							
134.							
135.							
136.							
137.							
138.							
139.							
140.							
141.							
142.							
143.							
144.							
145.							
146.							
147.							
148.							
149.							
150.							
151.							
152.							
153.							
154.							
155.							
156.							
157.							
158.							
159.							
160.							
161.							
162.							
163.							
164.							
165.							
166.							
167.							
168.							
169.							
170.							
171.							
172.							
173.							
174.							
175.							
176.							
177.							
178.							
179.							
180.							
181.							
182.							
183.							
184.							
185.							
186.							
187.							
188.							
189.							
190.							
191.							
192.							
193.							
194.							
195.							
196.							
197.							
198.							
199.							
200.							
201.							
202.							
203.							
204.							
205.							
206.							
207.							
208.							
209.							
210.							
211.							
212.							
213.							
214.							
215.							
216.							
217.							
218.							

Mayo

 Universitat de València Facultat de Psicologia Departament d'Estadística i Recerca Quantitativa	ACTA DE REVISIÓ <small>EDICIÓN 2013-2014 Versión 1.0 Revisa FTS</small> <small>Página 1 de 4 Rètol Edifici 11.11.2013</small>			
Període: 12/06/2014 Alumnes: 10 gen Període: 12/06/2014				
Profe: Antoni Roselló Martínez Pla: Matemàtiques Grup: 4 Assessament: Examen				
      				
Assessments				
No.	Nom	Cargo	EXAMEN	Prima
1	Fadila Carolina Vela	Directora	X	
2	Jordi Miquel Pachón	Coordinador virtual	X	
3	Lluís	Coordinador Previsual	X	
4	Catalina Arias Cárdenas	Coordinadora Metà	X	
5	Llorenç Tallada Perico	Docente	X	
Finals				
      				
1. Satisfactori (proyectos PIC, RA, QGTOs) Se reúne el espacio de la zona de cursada, donde seleccionar diferentes proyectos por parte de los alumnos que dan la calificación a:				
2. Competències 3. Competències 4. Semana final 5. Satisfactori				
1. Satisfactori (proyectos PIC, RA, QGTOs) Se reúne el espacio de la zona de cursada, donde seleccionar diferentes proyectos por parte de los alumnos que dan la calificación a:				
No. Obraje Duració Revisió de la obraje Final del projecte				
LB	PAUROU	PROYECTO INDIVIDUAL	VALÈNCIA	VALÈNCIA
LB	PAUROU	PROYECTO INDIVIDUAL	VALÈNCIA	VALÈNCIA
PA	LEONOR DÍAZ	VALÈNCIA	VALÈNCIA	VALÈNCIA

compromiso		FUNDACIÓN UNIVERSITARIA		ACTA DE DILUCIÓN	
		FOR PPL-001		Versión 03	
		Página 2 de 4		Fecha Emisión 13.11.2020	
27	PR-IC-30 PROYECTO AGUILLÓN PARA PLENA RIQUEZA	Principio	MANAJAMIENTO DE LA SITUACIÓN DEL SERVICIO ESTRUCTURADO DE CAPACITACIÓN DE CURSOS		
44	PA-GS-01 PRINCIPIO DE ESTRATEGIA	Principio	TODENOM UCNOPAFIR		
45	PA-EL-01 PRINCIPALIA	Virtual	PROTOCOLO DE NEGOCIACIÓN E INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN Y INTERCOMUNICACIÓN		
51	PC-CH-01 CARACTERIZACIÓN DEPARTAMENTO VILLAMAR AGUILLÓN CHILENTE	Virtual	RELACIONAMIENTO DE LAS UNIDADES SECCIONES DE RECTORÍA-PASPEA		
52	PC-CH-02 PROFESOR RUBEN Y JUAN CARLOS ESTEVEZ	Principio	CAPACITACIÓN DE RPP-F ARQUITECTURA DE MARCA BE+ FOUNDERSHIP		

	ACTA DE RECLAMACIÓN
FIRMA DEL RECLAMANTE	FIRMA DEL RECLAMADO
Página 3 de 4	Fecha Emisión 13.11.2020
2. Certificaciones Se informa las certificaciones que el programa tiene a la fecha:	
Medición	No certificadas
Exigida	138
Total	138
Cumplida	3
Total	141
A continuación se desagregan los dichos certificados	
Categoría	Nombre del Certificado
Categoría A	Categoría A
Categoría B	Categoría B
Categoría C	Categoría C
Categoría D	Categoría D
Categoría E	Categoría E
Categoría F	Categoría F
Categoría G	Categoría G
Categoría H	Categoría H
Categoría I	Categoría I
Categoría J	Categoría J
Categoría K	Categoría K
Categoría L	Categoría L
Categoría M	Categoría M
Categoría N	Categoría N
Categoría O	Categoría O
Categoría P	Categoría P
Categoría Q	Categoría Q
Categoría R	Categoría R
Categoría S	Categoría S
Categoría T	Categoría T
Categoría U	Categoría U
Categoría V	Categoría V
Categoría W	Categoría W
Categoría X	Categoría X
Categoría Y	Categoría Y
Categoría Z	Categoría Z



5. Apoyo a procesos de acreditación o registro calificado. Descripción de actividades y productos.

El programa en cabeza de la dirección del programa viene adelantando la renovación de registro calificado, resaltando lo siguiente:

Primera reunión: 12/03/2024

1. Preparar un cronograma de trabajo que contempla reuniones los lunes y viernes.
2. Hacer las consultas necesarias a la oficina de currículo de las inquietudes que resultaron de la discusión académica resultante de la reunión.

Segunda reunión: 22/03/2024

1. Inicio de la condición 1. Denominación del programa y 2. Justificación del programa.
2. Programar la reunión con el Líder Transformación de Aprendizaje y Currículo.

Tercera Reunión: 02/04/2024

1. Se solicita revisar las mallas curriculares del programa, verificando que los cursos y contenidos estén alineados con los perfiles y respondan a las necesidades de los estudiantes.
2. Revisar sobre ABCSP (región 9 Latinoamérica), CLADEA, para revisar la oferta y las instituciones que las integran.
3. Definir el ADN de programa académico.
4. Generar un espacio para socializar el análisis de las tendencias.

Cuarta reunión: 04/04/2024

1. Definir clasificación correcta de CINE, MNC, Tuning, acorde a insumos recolectados en el Análisis Funcional e identificación de SNIES vigentes.

Quinta reunión: 28/04/2024

1. Analizar la estructura curricular para próxima reunión definir malla.
2. Proponer de manera individual un mapa de competencias para socializar en siguiente reunión y definir las que se trabajarán para la renovación del programa.



Compromisos de la reunión

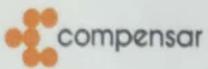
Descripción	Responsable	Fecha de entrega	Seguimiento
Elaboración del acta	Yara Aillen Roa Aguilera	07/04/2024	

Acuerdos

--

Necesidades de comunicación

Descripción	Dirigido a

fundación
universitaria

ACTA DE REUNIÓN

FOR-PPA-11

Versión 02

Página 1 de 2

Fecha Emisión 13.11.2020

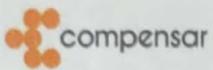
Fecha	9/2/2024	Hora Inicio	5:00 PM	Hora Fin	6:00 PM
Proceso / Subproceso				Acta N°	1
Reunión de trabajo	X	Comité		Capacitación	

Asistentes					
No.	Nombre	Cargo	¿Asistió?		Firma
			Si	No	
1	Catalina Arenas	Coordinadora MYP	X		
2	Johana Ramos	Docente	X		
3	Carlos Orozco	Docente	X		
4	Ximena Ospina	Docente	X		
5	Faizully Barbosa	Docente	X		
5	Tatiana Perico	Docente	x		

Temas	
Contenido	
- Definición del PIC, PA Y RETO 2024-I	
- Asignaturas y docentes participantes	
- Link de la carpeta de PIC PA Y RETO:	
<input checked="" type="checkbox"/> <u>EVIDENCIAS PIC, PA Y RETO 2024-I</u>	(Aquí podrán adjuntar el informe que corresponde, los videos y las evidencias o productos de cada proyecto que trabajen en el desarrollo del semestre, lo anterior con la finalidad de descargar la información para entregar al cliente (CC Unico) y que todos podamos tener acceso en el caso de los proyectos que estamos trabajando en equipo).
- Video PIC, PA Y RETO:	Para recordar: Grabar el video de forma horizontal y que no supere 3 minutos.

Compromisos de la reunión			
Descripción	Responsable	Fecha de entrega	Seguimiento
Liderar Reto	Tatiana Perico	17/5/2023	Catalina Arenas
Liderar PIC	Johana Ramos	17/5/2023	Catalina Arenas
Liderar PA	Carlos Orozco	17/5/2023	Catalina Arenas

Acuerdos	
De acuerdo a la reunión sostenida el viernes 9 de febrero, los compromisos que se fijaron:	
-RETO: Análisis del comportamiento del cliente del CC UNICO, Insights y Estrategias de Ventas	



Asignaturas: Psicología del consumidor I, Psicología del consumidor II Y Ventas

Docentes: Catalina Arenas y Tatiana Perico.

Líder del RETO: Tatiana Perico

Fecha de entrega informe del RETO: 17 de mayo, responsable (Tatiana).

Fecha de entrega Video RETO: 8 de marzo, responsable (Tatiana).

-PIC: Campaña Publicitaria dia de las madres CC UNICO.

Asignaturas: Campañas Publicitarias II, Diseño Digital y Fotografía.

Docentes: Johana Ramos y Carlos Orozco.

Líder del PIC: Johana Ramos

Fecha de entrega Informe del PIC: 17 de mayo, responsable (Johana).

Fecha de entrega Video PIC: 8 de marzo, responsable (Johana).

-PA: Galería Fotográfica locatarios CC UNICO

Asignatura: Fotografía

Docente Líder del PA: Carlos Orozco.

Fecha de entrega Informe del PA: 17 de mayo, responsable (Carlos).

Fecha de entrega Video PA: 8 de marzo, responsable (Carlos).

Quedo pendiente Igualmente si la profe Ximena desea participar en alguno de los proyectos para incluirla.

Necesidades de comunicación

Descripción	Dirigido a

El Programa de Mercadeo y Publicidad, reconoce a:

Catalina Arenas Cárdenas

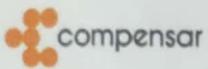
Proyecto Integrado Competencias Destacado sede Meta "Propuesta experiencia de saberes ancestrales: explorando la cultura de la Comunidad Kuwei Puerto Gaitan Meta" periodo 2023-2

20 de noviembre de 2023



Carolina Vaca González

Directora Programa Mercadeo y Publicidad
Escuela de Negocios

fundación
universitaria

ACTA DE REUNIÓN

FOR-PPA-11

Versión 02

Página 1 de 2

Fecha Emisión 13.11.2020

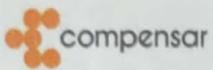
Fecha	9/2/2024	Hora Inicio	5:00 PM	Hora Fin	6:00 PM
Proceso / Subproceso				Acta N°	1
Reunión de trabajo	X	Comité		Capacitación	

Asistentes					
No.	Nombre	Cargo	¿Asistió?		Firma
			Si	No	
1	Catalina Arenas	Coordinadora MYP	X		
2	Johana Ramos	Docente	X		
3	Carlos Orozco	Docente	X		
4	Ximena Ospina	Docente	X		
5	Faizully Barbosa	Docente	X		
5	Tatiana Perico	Docente	x		

Temas	
Contenido	
- Definición del PIC, PA Y RETO 2024-I	
- Asignaturas y docentes participantes	
- Link de la carpeta de PIC PA Y RETO:	
<input checked="" type="checkbox"/> <u>EVIDENCIAS PIC, PA Y RETO 2024-I</u>	(Aquí podrán adjuntar el informe que corresponde, los videos y las evidencias o productos de cada proyecto que trabajen en el desarrollo del semestre, lo anterior con la finalidad de descargar la información para entregar al cliente (CC Unico) y que todos podamos tener acceso en el caso de los proyectos que estamos trabajando en equipo).
- Video PIC, PA Y RETO:	Para recordar: Grabar el video de forma horizontal y que no supere 3 minutos.

Compromisos de la reunión			
Descripción	Responsable	Fecha de entrega	Seguimiento
Liderar Reto	Tatiana Perico	17/5/2023	Catalina Arenas
Liderar PIC	Johana Ramos	17/5/2023	Catalina Arenas
Liderar PA	Carlos Orozco	17/5/2023	Catalina Arenas

Acuerdos	
De acuerdo a la reunión sostenida el viernes 9 de febrero, los compromisos que se fijaron:	
-RETO: Análisis del comportamiento del cliente del CC UNICO, Insights y Estrategias de Ventas	



Asignaturas: Psicología del consumidor I, Psicología del consumidor II Y Ventas

Docentes: Catalina Arenas y Tatiana Perico.

Líder del RETO: Tatiana Perico

Fecha de entrega informe del RETO: 17 de mayo, responsable (Tatiana).

Fecha de entrega Video RETO: 8 de marzo, responsable (Tatiana).

-PIC: Campaña Publicitaria dia de las madres CC UNICO.

Asignaturas: Campañas Publicitarias II, Diseño Digital y Fotografía.

Docentes: Johana Ramos y Carlos Orozco.

Líder del PIC: Johana Ramos

Fecha de entrega Informe del PIC: 17 de mayo, responsable (Johana).

Fecha de entrega Video PIC: 8 de marzo, responsable (Johana).

-PA: Galería Fotográfica locatarios CC UNICO

Asignatura: Fotografía

Docente Líder del PA: Carlos Orozco.

Fecha de entrega Informe del PA: 17 de mayo, responsable (Carlos).

Fecha de entrega Video PA: 8 de marzo, responsable (Carlos).

Quedo pendiente Igualmente si la profe Ximena desea participar en alguno de los proyectos para incluirla.

Necesidades de comunicación

Descripción	Dirigido a

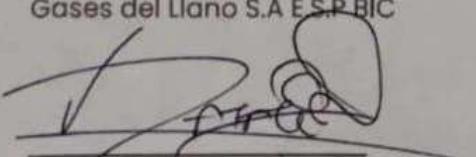


ACTA DE ENTREGA

La empresas Gases del Llano S.A E.S.P BIC enmarcado en el programa de Responsabilidad Social Empresarial, se complace en hacer entrega a la Fundación Universitaria Compensar en representación de la Sra. Catalina Arenas identificada con Cédula de Ciudadanía **Nº52.936.527**, la siguiente donación:

- Terminales Móviles Intermec CN75 - 59 und
- Baterias de terminales - 130 und
- Cable de poder de regleta - 9 und
- Cable de poder de regleta individual - 3 und
- Cargador de terminal - 19 und
- Regleta - 9 und
- Regleta individual - 4 und

Dado en Villavicencio, a los doce (12) días del mes de mayo de dos mil veinticuatro (2024).


NORMA CONSTANZA JIMÉNEZ
Líder Corporativo II Comunicaciones y RSE
Gases del Llano S.A E.S.P BIC

CATALINA ARENAS
C.C. 52.936.527

laboró: Francisco Javier Cano - Profesional RSE
Revisó: Norma Constanza Jiménez - Profesional Líder Comunicaciones y RSE.E

■ Calle 34 A N° 34 - 29, Torre 1,
Barrio Barzal, Villavicencio, Meta, Colombia

■ PBX: (608) 681 9130
www.llanogas.com



EL CENTRO COMERCIAL UNICO OUTLET

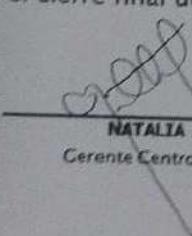
Otorga reconocimiento a:

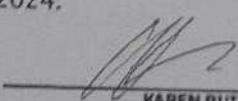
Catalina Arenas Cardenas

Identificado con cédula de ciudadanía:

52936527

El Centro Comercial Único Outlet Villavicencio, quiere expresar nuestro más sincero agradecimiento por su liderazgo, compromiso y participación con las diferentes actividades realizadas en el proyecto PIC, PA, RETO, CLUB CONVERSATION, y ACTIVIDADES PARA LOS NIÑOS en el Centro Comercial Único Outlet Villavicencio, durante este periodo primer semestre 2024. Tambien Presentadas y sustentadas en el cierre final de la Semana Innovación que desarrollo la Universidad en nuestras instalaciones el viernes 24 mayo 2024.


Administradora
NATALIA FERNANDEZ
Gerente Centro Comercial Unico


KAREN RUIZ
Gestora de Mercadeo Centro Comercial