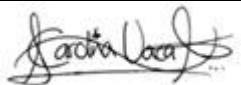




 compensar fundación universitaria	ACTA DE REUNIÓN	
	FOR-PPA-11	Versión 02
	Página 1 de 2	Fecha Emisión 13.11.2020

Fecha	10 de octubre de 2023	Hora Inicio	2:00 p.m.	Hora Fin	2:30 p.m.
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 Aillen 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									
ID	Correo electrónico	Nombre	Sede	Facultad / Área	Programa Académico	Título del Proyecto	Pro	Tipi	
301	ycbenavides@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	#N/D	RETO	
PIC									
ID	Correo electrónico	Nombre	Sede	Facultad / Área	Programa Académico	Título del Proyecto	Pro	Tipi	
275	garchila@ucompensar.edu.co	German Alfredo Archila Gutierrez	Bogotá	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Torneo ucompartir	4,00	Proye	
273	carenasc@ucompensar.edu.co	Catalina Arenas cardenas	Meta	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Propuesta experiencia de saberes ar	4,44	Proye	
274	carenasc@ucompensar.edu.co	Catalina Arenas cardenas	Meta	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Lanzamiento y ejecución de la emis	3,63	Proye	
PA									
ID	Correo electrónico	Nombre	Sede	Facultad / Área	Programa Académico	Título del Proyecto	Pro	Tipi	
203	smirache@ucompensar.edu.co	Sandra Milena Rache Larrota	Bogotá	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Programa de Relacionamento y Cam	3,83	Proye	
202	juanescobar@ucompensar.edu.co	Juan Andres Escobar Olaya	Bogotá	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Estrategia Competitiva de Marketing	3,42	Proye	
189	jserna@ucompensar.edu.co	Juan Fernando Serna Prieto	Bogotá	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	MarketFRESH: Estrategias en Desarri	3,33	Proye	
191	jserna@ucompensar.edu.co	Juan Fernando Serna Prieto	Virtual	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	360Advisor: Potenciando Marcas	3,75	Proye	
198	carenasc@ucompensar.edu.co	Catalina Arenas cardenas	Meta	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Elaboración de la propuesta estrateg	3,25	Proye	

 compensar fundación universitaria	ACTA DE REUNIÓN	
	FOR-PPA-11	Versión 02
	Página 2 de 2	Fecha Emisión 13.11.2020

- 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.

MIÉRCOLES 25 DE OCTUBRE DE 2023




▶ RESULTADOS PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Barreras de acceso a la educación superior en la población con discapacidad auditiva

Invitados: Yara Aillen Roa y Germán Alfredo Archila, Fundación Universitaria Compensar.
Moderadora: Amalia Hernández
Público objetivo: Expertos en el tema
Hora: 9:30 a.m.
Lugar: Sala Audiovisual. Biblioteca Pública Hoqabiga

▶ TALLER

Cartografía social. Tema: discapacidad

Invitados: Expertos en el tema
Moderadores: Amalia Hernández, Sebastián Rodríguez
Público objetivo: Expertos en tema
Hora: 10:30 a.m.
Lugar: Hall Sala Arte, Lectura y Patrimonio Biblioteca Pública Hoqabiga

▶ ANTOLOGÍA POÉTICA

Presentación de la Antología poética "Perdimos el cielo".

Invitados: Walter Azula, Escritor y Sociólogo.
Moderador: Santiago Camargo
Público objetivo: niños, jóvenes y adultos
Hora: 1:00 p.m. a 2:00 p.m.
Lugar: Sala Arte, Lectura y Patrimonio. Biblioteca Pública Hoqabiga



Escanea el CÓDIGO QR
para ubicar la Biblioteca Pública

HOQABIGA

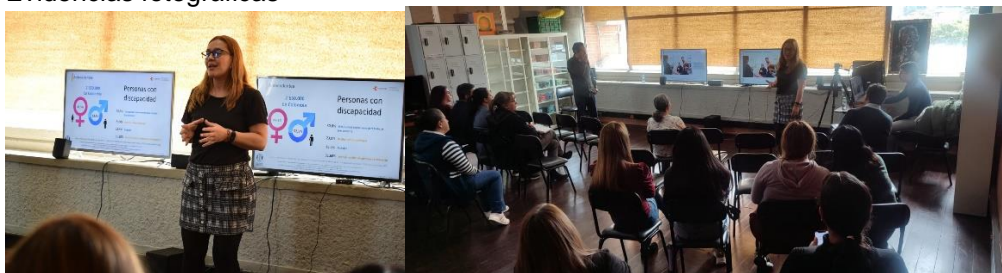






Posterior al evento, los investigadores recibieron el certificado de participación.

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 Aillen
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.**

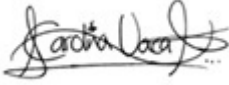


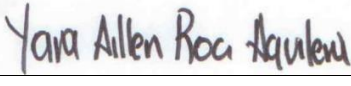
 compensar fundación universitaria	ACTA DE REUNIÓN	
	FOR-PPA-11	Versión 02
	Página 4 de 2	Fecha Emisión 13.11.2020

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

	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 Aillen Roa Aguilera	Coordinadora Bogotá	X		
5					

Temas
<ol style="list-style-type: none"> PIC, PA, RETOS y PICT 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 PICT finalizados y presentados de la Semana de la Innovación 2023-2. Evidencias: grabación de presentación, videos, fotos, pieza publicitaria / productos. (Evidencias en <u>mesocurrículo / gestores curriculares / noviembre</u>).

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	PLANEACION 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



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



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.



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 mesocurriculo.

ENTIDAD CERTIFICADORA	NOMBRE CERTIFICACIÓN	DURACIÓN (CANTIDAD DE HORAS REQUERIDAS)	CURSO UCOMPENSAR	No. ESTUDIANTES CERTIFICADOS
Telefónica	Marketing digital	30 horas	Comunicación organizacional, Relacionamento 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).

compensar		fundación universitaria		ACTA DE REUNIÓN	
		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 / Subproceso:		Asesoría:	8		
Reunión de trabajo:		Comité:	Curricular	Capacitación	

Asistentes					
No.	Nombre	Cargo	Asistió?	Firma	
			SI	NO	
1	Carolina Vaca González	Directora Programa	X		
2	Yara Allen 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	
<p>Los temas que se tratan en el comité son:</p> <p>Visita pares Especialización en planeación estratégica de medios</p> <p>Revisión cuadros maestros</p> <p>Gestión telefónica estudiantes No pagos</p> <p>Revisión horarios nacional</p> <p>Finalización cursos virtuales</p> <p>Bienvenida docentes y estudiantes</p> <p>Socialización responsables PIC, PA, Retos</p>	
<p>Recomendaciones generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> Visita pares Especialización en planeación estratégica de medios Se revisa documentación, presentación con las diferentes áreas y decauraturas 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 de a conocer los horarios a nivel nacional para compartir la carga con los docentes 	

compensar		fundación universitaria		ACTA DE REUNIÓN	
		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 / Subproceso:		Asesoría:	8		
Reunión de trabajo:		Comité:	Curricular	Capacitación	

Asistentes					
No.	Nombre	Cargo	Asistió?	Firma	
			SI	NO	
1	Carolina Vaca González	Directora Programa	X		
2	Yara Allen 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	
<p>Los temas que se tratan en el comité son:</p> <p>Estudiantes diplomado facultad</p> <p>Visita pares Especialización Servicio al cliente</p> <p>Planeación estratégica de programa y Escuela de Negocios</p> <p>Revisión mapa de competencias</p> <p>Preparación clase espejo con la EOCI</p> <p>Taller de presupuesto Escuela de Negocios</p> <p>Revisión nueva aplicación para la gestión docente</p>	
<p>Recomendaciones generales:</p> <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	Temas	Fecha de vencimiento
Mayerly Fenucho Gomez	mfernuch@compensar.edu.co	Asignación Módulo 250	4/1/2023
Tania Manuela Rodríguez Ruiz	tmrodriguez@compensar.edu.co	Asignación Módulo 250	4/1/2023
Christian Camilo Castro Paez	chcastro@compensar.edu.co	Asignación Módulo 250	4/1/2023

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

	10 de octubre de 2020		Horas inicio	2:05 p.m.	Horas fin	2:05 p.m.
	Proceso / Subproceso		Acta N°	16		
	Reunión de trabajo		Concibe	Cumplir	Consejización	

Asistentes			
No.	Nombre	Cargo	Firma
1	Carolina Vaca González	Directora Programa	X
2	Yara Allen Rosa Aguilera	Coordinadora de Programa modalidades Presencial Bogotá	X
3	Catalina Arenas Cárdenas	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Maca	X
4	Axa Yomena Menjara Cuzumbura	Coordinadora de Programa modalidades 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 Chita

Lanzamiento Ibero FACOM

Recomendaciones generales:

- 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:


Proyecto	Calificación	Observaciones
Proyecto 1	100%	
Proyecto 2	100%	
Proyecto 3	100%	
Proyecto 4	100%	
Proyecto 5	100%	
Proyecto 6	100%	
Proyecto 7	100%	
Proyecto 8	100%	
Proyecto 9	100%	
Proyecto 10	100%	
Proyecto 11	100%	
Proyecto 12	100%	
Proyecto 13	100%	
Proyecto 14	100%	
Proyecto 15	100%	
Proyecto 16	100%	
Proyecto 17	100%	
Proyecto 18	100%	
Proyecto 19	100%	
Proyecto 20	100%	
Proyecto 21	100%	
Proyecto 22	100%	
Proyecto 23	100%	
Proyecto 24	100%	
Proyecto 25	100%	
Proyecto 26	100%	
Proyecto 27	100%	
Proyecto 28	100%	
Proyecto 29	100%	
Proyecto 30	100%	
Proyecto 31	100%	
Proyecto 32	100%	
Proyecto 33	100%	
Proyecto 34	100%	
Proyecto 35	100%	
Proyecto 36	100%	
Proyecto 37	100%	
Proyecto 38	100%	
Proyecto 39	100%	
Proyecto 40	100%	
Proyecto 41	100%	
Proyecto 42	100%	
Proyecto 43	100%	
Proyecto 44	100%	
Proyecto 45	100%	
Proyecto 46	100%	
Proyecto 47	100%	
Proyecto 48	100%	
Proyecto 49	100%	
Proyecto 50	100%	
Proyecto 51	100%	
Proyecto 52	100%	
Proyecto 53	100%	
Proyecto 54	100%	
Proyecto 55	100%	
Proyecto 56	100%	
Proyecto 57	100%	
Proyecto 58	100%	
Proyecto 59	100%	
Proyecto 60	100%	
Proyecto 61	100%	
Proyecto 62	100%	
Proyecto 63	100%	
Proyecto 64	100%	
Proyecto 65	100%	
Proyecto 66	100%	
Proyecto 67	100%	
Proyecto 68	100%	
Proyecto 69	100%	
Proyecto 70	100%	
Proyecto 71	100%	
Proyecto 72	100%	
Proyecto 73	100%	
Proyecto 74	100%	
Proyecto 75	100%	
Proyecto 76	100%	
Proyecto 77	100%	
Proyecto 78	100%	
Proyecto 79	100%	
Proyecto 80	100%	
Proyecto 81	100%	
Proyecto 82	100%	
Proyecto 83	100%	
Proyecto 84	100%	
Proyecto 85	100%	
Proyecto 86	100%	
Proyecto 87	100%	
Proyecto 88	100%	
Proyecto		

		ACTA DE REUNIÓN		
	fundación universitaria	FOR-PPA-11 Página 1 de 2	Versión 02 Fecha Emisión	
Página:	28 de noviembre de 2016	Hora Inicio:	2:00 p.m.	
		Hora Fin:	3:00 p.m.	
Presencia / Subpresencia:		Ausente No:	11	
Revisión de trabajo:		Comité:	Cumularse	
		Disposición:		
Asistentes				
No.	Nombre	Cargo	¿asiste? <input type="checkbox"/> Si <input checked="" type="checkbox"/> No	Firma
1	Carolina Vasa Gonzalez	Directora Programa	X	[Firma]
2	Yara Allen Roa Aguilera	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Bogotá	X	[Firma]
3	Catalina Arenas Cárdenas	Coordinadora de Programa modalidad Presencial Mela	X	[Firma]
4	Ana Ximena Menjura Cucumbia	Coordinadora de Programa modalidad Virtua	X	[Firma]
Temas Discutidos				
Comité Cumular Programa Mercados y Publicidad:				
<p>Los temas que se tratan en el con comité son:</p> <ul style="list-style-type: none"> Semana de Innovación Gestión docente planificado Revisiones horarios 2024-1 Taller de co-creación Story Telling Revisión Mapa de competencias definidas desde el programa Celebración día de merchandising y publicidad Realización 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 una firma por propuesta, el reconocimiento a la labor docente y sus estudiantes. 				


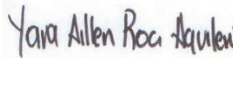


Compromisos de la reunión			
Descripción	Responsable	Fecha de entrega	Seguimiento
Diligenciamiento acta informe final	Yara A. Roa Aguilera	30/11/2023	

Acuerdos	


Necesidades de comunicación	
Descripción	Dirigido a

 compensar fundación universitaria	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 Aillen 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			
<p>Comité curricular Programa Mercadeo y Publicidad:</p> <p>Los temas que se tratan en el comité son:</p> <p>Estudiantes diplomado facultad</p> <p>Visita pares Especialización Servicio al cliente</p> <p>Planeación estratégica de programa y Escuela de Negocios</p> <p>Revisión mapa de competencias</p> <p>Preparación clase espejo con la ECCI</p> <p>Taller de presupuesto Escuela de Negocios</p> <p>Revisión nueva aplicación para la gestión docente</p> <p>Recomendaciones generales:</p> <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 programa 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

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

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	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Maria Alejandra Gomez Rodriguez	malejandragomez@ucompensar.edu.co	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	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Jose Andres Gonzalez Patarroyo	joseandresgonzalez@ucompensar.edu.co	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	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Juan Esteban Martinez Prieto	jestebanmartinez@ucompensar.edu.co	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	Ejercicio Modulo SEO	4/11/2023
Daniela Alejandra Martinez Ortiz	danielaamartinez@ucompensar.edu.co	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	ljohanapinzon@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

 compensar fundación universitaria	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, practica y segura.

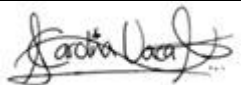

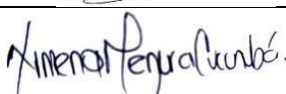
1. Final y despedida de la reunión.

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

 compensar fundación universitaria	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 Aillen 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
<p>Comité curricular Programa Mercadeo y Publicidad:</p> <p>Los temas que se tratan en el comité son:</p> <p>Visita pares Especialización en planeación estratégica de medios</p> <p>Revisión cuadros maestros</p> <p>Gestión telefónica estudiantes No pagos</p> <p>Revisión horarios nacional</p> <p>Finalización cursos virtuales</p> <p>Bienvenida docentes y estudiantes</p> <p>Socialización responsables PIC, PA, Retos</p> <p>Recomendaciones generales:</p> <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		Orosco
Noveno	173013C	MARKETING INTERNACIONAL	3	X	X			Amin/Perico
Noveno	253017C	CREATIVIDAD	2		X			Sanchez

PIC

Sede	Facultad / Área	Intervención o Rol	Objetivo de Desarrollo Sostenible ODS (máximo 2)	Propósito del proyecto o Reto	Resumen	Descriptores (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 segunda versión, desde las asignaturas 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 Fabián Pinzón	Dayana Maloy Barrera Angelica Yuliett Diaz Galan Paula Alejandra Moreno Rios Daisy Hoyos Yazeli León Felipe Ortega Paula Pachón Nasty Romero	German Archila Fabián Pinzón
Meta	Escuela de negocios							Catalina Arenas		Catalina Arenas
Meta	Escuela de negocios							Catalina Arenas		Catalina Arenas

PA

Sede	Facultad / Área	Programa	Título del proyecto	Tipo de estrategia (PA)	Curso y 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	Descripciones (palabras clave, 3)	Producto esperado	Nombre del docente o docente(s) a cargo del PA	Nombre de estudiantes participantes	Responsable del programa (quien coordina la actividad)	Correo de contacto	Fecha de presentación (entre 30 días antes y 15 días antes de la fecha de inicio del curso)	Presencia (Presencia)
Bogotá	Escuela de Negocios	Marketing y Publicidad	StratAdvisor: Potenciando Marcas	PA	Planeación de Marketing	Monocomprensivos	8. Trabajo decente y crecimiento económico	Construir un plan de marketing para una microempresa	Ámbito de oportunidad. Este PA permite analizar la competitividad en el mercado mediante la creación y definición de productos y servicios de marketing innovadores. Por lo anterior los estudiantes seleccionaron una microempresa y propusieron un plan de marketing que permita alcanzar los objetivos organizacionales.	Diagnóstico de mercado Plan de Marketing Estrategias corporativas	plan de marketing	Fernando Serna	Estudiantes de la Facultad de Negocios y Marketing FERNANDO SERNA FERNANDO				

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	Franquiciando 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.	Expansión: Franquicia Comercialización Publicidad y medios	Propuesta de formato de franquicia y comercialización del mismo.	John David Marulanda Calderón William Alexander Aguilar Cifuentes
Mérida	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Diseñar campaña publicitaria para villapet identificando tendencias de consumo	RETO								

Certificaciones

PROGRAMA						
SEMESTRE	ASIGNATURA	CRÉDITOS	CERTIFICACIÓN	ENLACE	DOCENTES	
Primer	FUNDAMENTOS DE MERCADEO	4	Storytelling	https://conectaempleo-formacion.fundaciontelefonica.com/web/co-storytelling-ft-ed-2	Serna	
Primer	FUNDAMENTOS DE MERCADEO	4	Curso de Técnicas de Persuasión para Marketing	https://platzi.com/clases/2595-persuasion/43562-quieres-que-tu-marca-sea-tan-adictiva-como-coca-co/	Roa	
Cuarto	COMUNICACION ORGANIZACIONAL	3	Curso de Slack para Mejorar tu Comunicación Online	https://platzi.com/clases/1951-slack/29335-por-que-usar-slack-para-comunicarte-con-tu-equipo/	Rave	
Sexto	MEDIOS Y PRESUPUESTOS	3	Curso de Google Ads Search	https://platzi.com/cursos/google-search/	Aguilar/Marulanda	
Noveno	MARKETING INTERNACIONAL	3	Aspectos aduaneros, cambiarios y tributarios en las op	https://bendacbb.territorio.la/tienda_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 Fabian Pinzon Adela Estefanía Layton Pinilla	Virtual			
Bogotá	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Experiencia del cliente	27 septiembre 2023	10:00 a.m.	Gerencia del Servicio Fundamentos de mercadeo	ECCI-Ucompensar	Vannessa Uribe Yara Roa Aguilera	Presencial	8 semestre - Eccl 1 semestre - Ucompensar	Yara Roa Aguilera	yalleroa@ucompenar.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 Fabian Pinzon Adela Estefanía Layton Pinilla	Virtual		
Bogotá	Escuela de Negocios	Mercadeo y Publicidad	Comunicación estratégica	26 de octubre 2023	11:00 AM	Gestión de la Publicidad	UCompensar	Leonor Cruz	Presencial	2311-1A DIA	Leonor Cruz


1. Final y despedida de la reunión.

Compromisos de la reunión




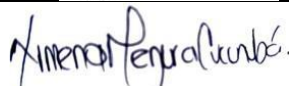
Descripción	Responsable	Fecha de entrega	Seguimiento
Desarrollo Acta	Dirección Programa Mercadeo y Publicidad	12/08/2023	

Necesidades de comunicación

Descripción	Dirigido a

	ACTA DE REUNIÓN	
	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.
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 Aillen 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
<p>Comité curricular Programa Mercadeo y Publicidad:</p> <p>Los temas que se tratan en el comité son:</p> <p>Semana de innovación</p> <p>Sustentación diplomado</p> <p>Revisión horarios 2024-1</p> <p>Taller de co_creación Story Telling</p> <p>Revisión Mapa de competencias definidas desde el programa</p> <p>Celebración día del mercadólogo y publicista</p> <p>Finalización cursos virtuales</p> <p>Recomendaciones generales:</p> <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. <p>Proyectos del programa PIC y PA</p>



Fundamentos de mercadeo – Jornada noche



Marketing deportivo – campañas publicitarias – jornada noche



RETOS

Psicología del consumidor 1 – Jornada diurna



Campañas 2 – Marketing internacional – Jornada noche

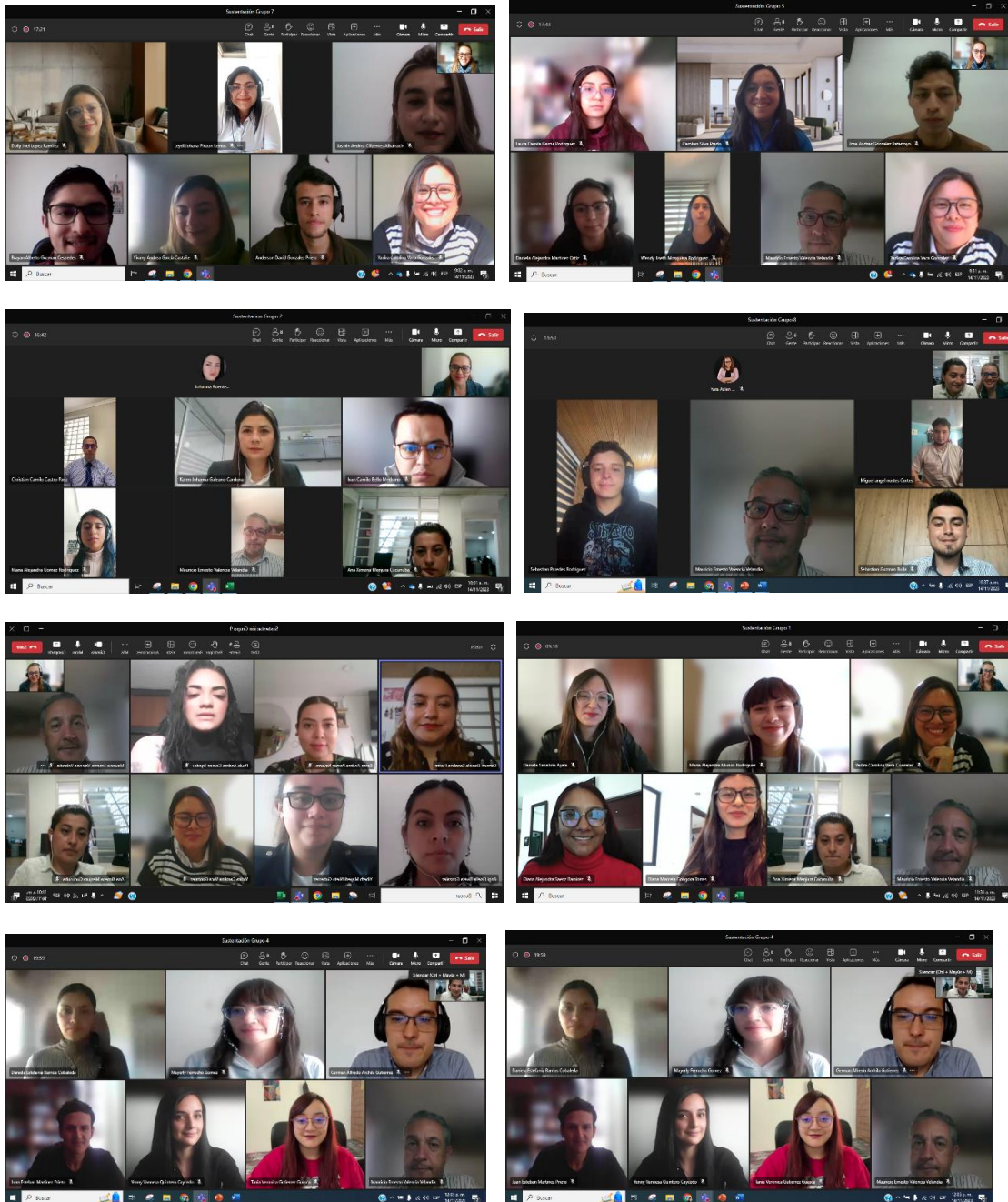


Meta



- **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:

Dirección 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.							
Comprende los procesos de consumo con el fin de identificar las 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.	Analiza los públicos y su entorno con el fin de proponer estrategias de marketing, comunicación y relacionamiento en escenarios globales a partir de protocolos de interacción con stakeholders y procesos de proyección, planeación y ejecución comercial internacional, teniendo en cuenta los valores y principios socioculturales 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.	Dirección los procesos estratégicos de las organizaciones 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.	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.	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.	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.	
FUNDAMENTOS DE MERCADO	RELACIONES PÚBLICAS	PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR 2	PLANEACIÓN DE MARKETING	TENDENCIAS DE CONSUMO Y MERCADO	COSTOS PARA MERCADO	PRECIO	
DISTRIBUCIÓN	MARKETING INTERNACIONAL		GERENCIA DE MARKETING				
MERCADO DE SERVICIOS							
VENTAS							
RELACIONAMIENTO CON CLIENTES							
PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR 1							

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 legislación legal y ética, aplicando las diferentes técnicas y herramientas creativas para la construcción y gestión de mensajes publicitarios.							
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 medios, a partir del reconocimiento de las tipologías de narrativas, los procesos de diseño y ejecución de campaña, técnicas de creatividad, construcción de piezas gráficas y audiovisuales, que reflejen la unidad conceptual teniendo en cuenta los códigos y principios éticos.	Determina estrategias comunicativas persuasivas con el fin de gestionar campañas publicitarias en medios online y offline, acorde con la legislación legal y códigos éticos, haciendo uso de técnicas para la planeación táctica y creativa a partir de la lectura del entorno sociocultural y la aplicación de protocolos para su desarrollo.	Genera productos comunicativos disruptivos con el fin de llamar la atención de forma creativa e innovadora mediante la aplicación de los procesos creativos, construyendo ideas acorde a las problemáticas planteadas teniendo en cuenta la creatividad y la innovación.	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, acorde con la legislación legal y códigos éticos.	Evalúa los procesos estratégicos de marca con el fin de posicionar los productos y servicios en los públicos objetivos, a partir de los elementos que integran el Branding, la valoración y selección de medios idóneos para optimizar el presupuesto 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 medios y mercados, a partir del reconocimiento de las tipologías de narrativas, los procesos de diseño y ejecución de campaña, técnicas de creatividad, construcción de piezas gráficas, que reflejen la unidad conceptual 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, figuras retóricas y narrativas transmedia, acorde con la legislación legal y códigos éticos.	Evalúa los procesos estratégicos de marca con el fin de posicionar los productos y servicios en los públicos objetivos a partir de los elementos que integran el branding, la valoración y selección de medios idóneos para optimizar el presupuesto y lograr el alcance de los objetivos de comunicación teniendo en cuenta los códigos y principios éticos.
CAMPAÑAS PUBLICITARIAS 1	GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD	TALLER DE CREATIVIDAD	LENGUAJE Y CREATIVIDAD PUBLICITARIA	ELECTIVA 1 - IMAGEN CORPORATIVA Y BRANDING	ELECTIVA 2 - T3027C MARKETING DEPORTIVO	MARKETING DIGITAL	PLANEACIÓN DE MEDIOS
CAMPAÑAS PUBLICITARIAS 2				PUBLICIDAD	PUBLICIDAD	PUBLICIDAD	MEDIOS Y PRESUPUESTOS

Construye textos informativos, comerciales y académicos, con el fin de crear contenidos optimizados para diversos soportes acorde 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 acorde 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 acorde 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.
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 MERCADEO	INVESTIGACION CUALITATIVA	INVESTIGACION 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.

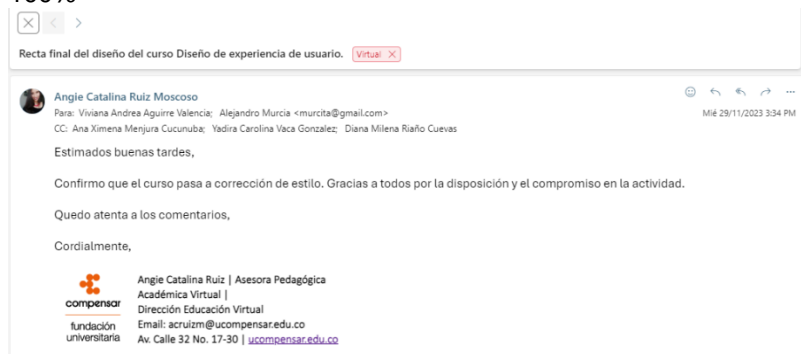
Quedo ateta a los comentarios,

Cordialmente,

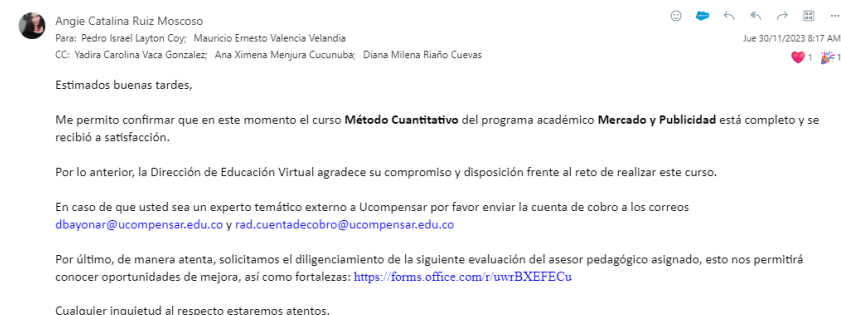


Angie Catalina Ruiz | Asesora Pedagógica
Académica Virtual |
Dirección Educación Virtual


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



Ciclo 5 - Método Cuantitativo – 100% finalizado




1. Final y despedida de la reunión.



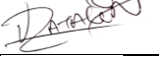

 compensar fundación universitaria	ACTA DE REUNIÓN	
	FOR-PPA-11	Versión 02
	Página 8 de 2	Fecha Emisión

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

	ACTA DE REUNIÓN	
	FOR-PPA-11	Versión 02
	Página 1 de 16	Fecha Emisión 13.11.2020

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 Aillen 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.

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 AILLEN ROA AGUILERA SANDRA MILENA RACHE
PIC-34	RELANZAMIENTO DE LA LÍNEA BRUNCH DE BRITJE® 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:



Avances SIE - 2024I
Vicerrectoría Académica

Agenda Bogotá - Presencial

3 días UCompensar – 1 día Compensar

Martes (am/pm)	Miércoles (am/pm)	Jueves (am/pm)	Viernes (am) Compensar –
<ul style="list-style-type: none"> Apertura Lanzamiento desafío empresarial Cruz Verde Talleres y sesiones de aprendizaje ágil para estudiantes Charla Tendencias Innovación Educativa 	<ul style="list-style-type: none"> Feria de experiencias de aprendizaje Proyectos de aula Proyectos integradores de competencia Retos empresariales Talleres y sesiones de aprendizaje ágil para estudiantes 	<ul style="list-style-type: none"> Feria de Emprendedores Charla Innovación en UCompensar como acelerador de la productividad de las empresas Talleres y sesiones de aprendizaje ágil para estudiantes Evento lúdico y cultural. 	<ul style="list-style-type: none"> Evento central Conferencia Panel de expertos Presentación de experiencias exitosas Shark Tank Académico para emprendedores Reconocimiento estudiantes y docentes <p>*Actividades académicas para grupos que no asistieron al evento</p>

Agenda Meta - Presencial

21 Martes	22 Miércoles	23 Jueves	24 Viernes
<p>Apertura del evento Palabras de la Directora de la Sede Uliana Prada</p> <p>Presentación Recorrido Virtual Meta Virtual William Gaithe</p> <p>Presentación de actividades SIE 2024-4 Alrededor Amaya</p> <p>Palabras de la Coordinadora Ing. Telecomunicaciones</p> <p>Conferencia Inaugural De la idea al éxito: claves para emprender en el mundo digital y estimar proyectos con precisión. Javier Enciso - Colombia Espacial</p> <p>SumoTec: Duelo robótico Presentación de los prototipos desarrollados por estudiantes de Congresos, EDH, Universidades y Empresas.</p> <p>Ing. Telecomunicaciones UCompensar</p>	<p>1er Congreso Sinérgico Iberoamericano: Explorando Fronteras en la Investigación del Siglo XXI</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Ponencias Internacionales 2. Sesión de conocimiento como herramienta de investigación en instituciones universitarias (Jorge Peña) 3. Visión Antológica de Las Instituciones de Educación Superior Latinoamericana 4. Historio de la gerencia avanzada Edith Hernández 5. Inteligencia humana y desarrollo social Turiberto Navarro <p>Presentación de productos de investigación de la Sede</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Administración Logística 2. Ingeniería de Telecomunicaciones 3. Contaduría Pública 4. Lic. Pedagogía Infantil 5. Ingeniería y Psicología <p>Ponencias Presenciales</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. U. Santo Tomás 2. Lic. Pedagogía Infantil 3. Lic. Psicología 4. SENA 	<p>Conversatorio Mujer, Emprendimiento y Resiliencia Secretaría de Competitividad de Villavicencio</p> <p>Intervención Trovador 4ta Brigada del Ejército Nacional de Colombia</p> <p>Feria de Emprendedores Muestras de emprendimientos internos e invitados externos. Clúster de Turismo</p> <p>Reunión con Tutores Presentación de pitch emprendimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cámara de Comercio - RASIDE - Ecopetrol Emprende - Clúster de las TIC 	<p>Socialización experiencias de aprendizaje</p> <p>Módulo 1: Información PIC/PAC/Retos Reuniones y Comunicaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrega de información del recorrido en dos idiomas - Desafío 3D - Presentación Agente multicultural <p>Módulo 2: Presentación PIC - Reto - PA Escuela de Negocios</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestión Financiera - Cálculo de productos Workshop - Análisis 360 Centro Comercial Único <p>Módulo 3: Presentación PIC - Reto - PA Fac. Ciencias Sociales y de la Educación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Periodismo mural - Producción escrita Bilingüe - Emprendedurismo - Villa científica <p>Módulo 4: Presentación PIC - Reto - PA Facultad de Ingeniería</p> <ul style="list-style-type: none"> - ExpoTech - RoboTech <p>Módulo 5: Presentación PIC - Reto - PA Transversales (SIN-CE - Inglés - B&E)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Emisora 52phía - Comparte con Matt Schultz - Torneo de Ajedrez - Astronomía espacial <p>Reconocimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejores emprendimientos - Mejores PIC, PAC y Retos <p>Eventos culturales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grupo de música - Jueves de la idea - Brigada del Ejército Nacional
Lugar	Auditorio SENA	Polideportivo UCompensar Calle 35 No. 204-02 Vía Catama Villavicencio	Centro Comercial UNICO

Participantes: Estudiantes, docentes, empresarios, clúster, aliados

Agenda Nacional - Virtual

www.feriavirtualonline.com/entrada.php?feria=59

Pabellones	Martes (am/pm)	Miércoles (am/pm)	Jueves (am/pm)	Viernes (am)
1	<p>Evento de Apertura ***</p> <ul style="list-style-type: none"> Lanzamiento desafío empresarial Cruz Verde Talleres y sesiones de aprendizaje ágil para estudiantes 	<ul style="list-style-type: none"> Talleres y sesiones de aprendizaje ágil para estudiantes 	<ul style="list-style-type: none"> Talleres y sesiones de aprendizaje ágil para estudiantes 	<p>Evento central de cierre ***</p> <ul style="list-style-type: none"> Conferencia Panel de expertos Presentación de experiencias exitosas Shark Tank Académico para emprendedores Reconocimiento estudiantes y docentes
2	<ul style="list-style-type: none"> Feria de experiencias de aprendizaje (Proyectos de aula, Proyectos integradores de competencia y Retos empresariales) 			
3	<ul style="list-style-type: none"> Feria de Emprendedores 			

Invitación a participar en la feria virtual de estudiantes en esta modalidad:



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=BBwn5h970IO>
<https://www.youtube.com/watch?v=AoRtuLFgUo>

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

William Alexander Aguilar Cifuentes
Docente - tutor
"Díme y lo olvido, enséñame y lo recuerdo, involúcrame y lo aprendo" **Benjamin 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.feriavirtualonline.com/entradas/ucompensar/>

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 – Día
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 Día de la Madre CC Unico Villavicencio



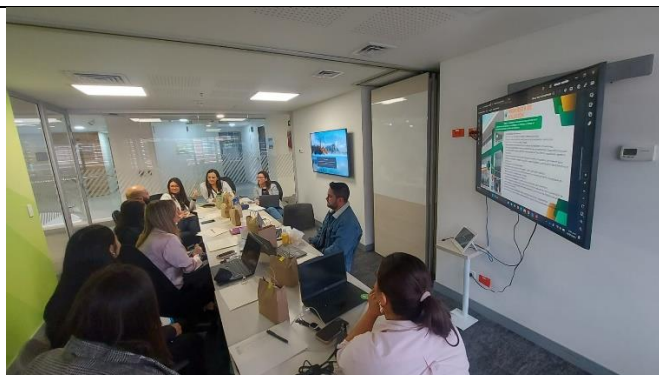
RETO: Análisis del comportamiento del cliente del CC UNICO Villavicencio,
identificación de Insights y desarrollo de estrategias de Ventas para locatarios.



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

- 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 mesocurriculo 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-PCBL-11 Versión: 1.0

Rev. 1.08.2 Fecha: 15/09/2015

ACTA DE REUNIÓN

Compartir con:

Proceso o Subproceso	Programa Metadatos y Publicidad
-----------------------------	---------------------------------

Reunión de Trabajo	Comité	X	Capitalización	
---------------------------	--------	---	----------------	--

No Asiste	01	Fecha:	2004	01	15	3:00 p.m.	4:00 p.m.
			Año	Mes	Día	Hora Inicio	Hora Fin

ASISTENTES

No.	Nombre	CARGO	ASISTENTES		FIRMA
			SI	NO	
1	Fabian Pinón Rodriguez	Docente	X		JP
2	Ana Ximena Menjura Cuacubá	Coordinadora virtual	X		Ana Ximena Menjura
3	Mauricio Valencia	Docente			Mauricio
4	Yara Aileen Roa Aguilar	Coordinadora Bogaña	X		Yara Aileen Roa Aguilar

TEMA 8

Reunión para revisión y validación del trabajo intersemestral

Fundamentos de Metadatos
Gestión de la publicidad
Metadatos de servicios
Ventas.

CONTENIDO

El comité curricular del programa, reúne para revisar la actualización de los siguientes cursos:

Fundamentos de mercadotecnia
Se revisó el syllabus y se incluyeron dos matrices que son pertinentes y coherentes para complementar las temáticas.
Experto para la actualización es: Raniel 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 Arango y validador: Fabian Pinón


Mercados de servicios

FORM-PCCL-41

Versión: 1

Fecha: 1 de Julio de 2015

ACTA DE REUNIÓN



Compañía

Compañía S.A.

conteniendo los contenidos y pertenencias con lo que requiere la asignatura.

Experto para actualizar: Liliana Pajardo y validador: Juan Andrés Escobar Ventas

Se revisa el syllabus y se incluye el **00000000**, por la necesidad de incluir temáticas acorde a las necesidades del mercado.

Experto para actualizar: Pedro Layton y validador: Mauricio Valencia

COMPROMISOS DE LA REUNIÓN			
DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	FECHA DE ENTREGA	SEGUIMIENTO
Realizar el acta	Yara Rica	15/ene/2024	

ACUERDOS

NECESIDADES DE COMUNICACIÓN	
DESCRIPCIÓN	DIRIGIDO A

Febrero

COMPROMISO		INFORMACIÓN PERSONAL		FECHA DE ENTREGA	
NOMBRE Y APELLIDOS		DIRECCIÓN		TELÉFONO	
[Espacio para nombre y apellidos]		[Espacio para dirección]		[Espacio para teléfono]	
[Espacio para correo electrónico]		[Espacio para ciudad y estado]		[Espacio para fecha de entrega]	

FECHA	ACTIVIDAD	FECHA	ACTIVIDAD	FECHA	ACTIVIDAD
13/07/2024	Clase Teórica	14/07/2024	Clase Teórica	15/07/2024	Clase Teórica
16/07/2024	Clase Teórica	17/07/2024	Clase Teórica	18/07/2024	Clase Teórica
19/07/2024	Clase Teórica	20/07/2024	Clase Teórica	21/07/2024	Clase Teórica
22/07/2024	Clase Teórica	23/07/2024	Clase Teórica	24/07/2024	Clase Teórica
25/07/2024	Clase Teórica	26/07/2024	Clase Teórica	27/07/2024	Clase Teórica
28/07/2024	Clase Teórica	29/07/2024	Clase Teórica	30/07/2024	Clase Teórica
31/07/2024	Clase Teórica	01/08/2024	Clase Teórica	02/08/2024	Clase Teórica
03/08/2024	Clase Teórica	04/08/2024	Clase Teórica	05/08/2024	Clase Teórica
06/08/2024	Clase Teórica	07/08/2024	Clase Teórica	08/08/2024	Clase Teórica
09/08/2024	Clase Teórica	10/08/2024	Clase Teórica	11/08/2024	Clase Teórica
12/08/2024	Clase Teórica	13/08/2024	Clase Teórica	14/08/2024	Clase Teórica
15/08/2024	Clase Teórica	16/08/2024	Clase Teórica	17/08/2024	Clase Teórica
18/08/2024	Clase Teórica	19/08/2024	Clase Teórica	20/08/2024	Clase Teórica
21/08/2024	Clase Teórica	22/08/2024	Clase Teórica	23/08/2024	Clase Teórica
24/08/2024	Clase Teórica	25/08/2024	Clase Teórica	26/08/2024	Clase Teórica
27/08/2024	Clase Teórica	28/08/2024	Clase Teórica	29/08/2024	Clase Teórica
30/08/2024	Clase Teórica	31/08/2024	Clase Teórica	01/09/2024	Clase Teórica
02/09/2024	Clase Teórica	03/09/2024	Clase Teórica	04/09/2024	Clase Teórica
05/09/2024	Clase Teórica	06/09/2024	Clase Teórica	07/09/2024	Clase Teórica
08/09/2024	Clase Teórica	09/09/2024	Clase Teórica	10/09/2024	Clase Teórica
11/09/2024	Clase Teórica	12/09/2024	Clase Teórica	13/09/2024	Clase Teórica
14/09/2024	Clase Teórica	15/09/2024	Clase Teórica	16/09/2024	Clase Teórica
17/09/2024	Clase Teórica	18/09/2024	Clase Teórica	19/09/2024	Clase Teórica
20/09/2024	Clase Teórica	21/09/2024	Clase Teórica	22/09/2024	Clase Teórica
23/09/2024	Clase Teórica	24/09/2024	Clase Teórica	25/09/2024	Clase Teórica
26/09/2024	Clase Teórica	27/09/2024	Clase Teórica	28/09/2024	Clase Teórica
29/09/2024	Clase Teórica	30/09/2024	Clase Teórica	01/10/2024	Clase Teórica
02/10/2024	Clase Teórica	03/10/2024	Clase Teórica	04/10/2024	Clase Teórica
05/10/2024	Clase Teórica	06/10/2024	Clase Teórica	07/10/2024	Clase Teórica
08/10/2024	Clase Teórica	09/10/2024	Clase Teórica	10/10/2024	Clase Teórica
11/10/2024	Clase Teórica	12/10/2024	Clase Teórica	13/10/2024	Clase Teórica
14/10/2024	Clase Teórica	15/10/2024	Clase Teórica	16/10/2024	Clase Teórica
17/10/2024	Clase Teórica	18/10/2024	Clase Teórica	19/10/2024	Clase Teórica
20/10/2024	Clase Teórica	21/10/2024	Clase Teórica	22/10/2024	Clase Teórica
23/10/2024	Clase Teórica	24/10/2024	Clase Teórica	25/10/2024	Clase Teórica
26/10/2024	Clase Teórica	27/10/2024	Clase Teórica	28/10/2024	Clase Teórica
29/10/2024	Clase Teórica	30/10/2024	Clase Teórica	31/10/2024	Clase Teórica
01/11/2024	Clase Teórica	02/11/2024	Clase Teórica	03/11/2024	Clase Teórica
04/11/2024	Clase Teórica	05/11/2024	Clase Teórica	06/11/2024	Clase Teórica
07/11/2024	Clase Teórica	08/11/2024	Clase Teórica	09/11/2024	Clase Teórica
10/11/2024	Clase Teórica	11/11/2024	Clase Teórica	12/11/2024	Clase Teórica
13/11/2024	Clase Teórica	14/11/2024	Clase Teórica	15/11/2024	Clase Teórica
16/11/2024	Clase Teórica	17/11/2024	Clase Teórica	18/11/2024	Clase Teórica
19/11/2024	Clase Teórica	20/11/2024	Clase Teórica	21/11/2024	Clase Teórica
22/11/2024	Clase Teórica	23/11/2024	Clase Teórica		

[illegible][illegible]

Marzo

ACTA DE REUNIÓN					
Fecha		Hora		Versión	
23/03/2024		9:00 AM		Versión 02	
Página 14 de 16		Fecha Emisión 13.11.2020			
Participantes: [List of names and roles]					
Resumen de la reunión: [Summary of the meeting]					
Temas: [List of topics]					
Conclusiones: [List of conclusions]					
Seguimiento: [List of follow-up items]					

ACTA DE REUNIÓN					
Fecha		Hora		Versión	
23/03/2024		9:00 AM		Versión 02	
Página 14 de 16		Fecha Emisión 13.11.2020			
Participantes: [List of names and roles]					
Resumen de la reunión: [Summary of the meeting]					
Temas: [List of topics]					
Conclusiones: [List of conclusions]					
Seguimiento: [List of follow-up items]					

ACTA DE REUNIÓN					
Fecha		Hora		Versión	
23/03/2024		9:00 AM		Versión 02	
Página 14 de 16		Fecha Emisión 13.11.2020			
Participantes: [List of names and roles]					
Resumen de la reunión: [Summary of the meeting]					
Temas: [List of topics]					
Conclusiones: [List of conclusions]					
Seguimiento: [List of follow-up items]					

Abril

ACTA DE REUNIÓN					
Fecha		Hora		Versión	
23/03/2024		9:00 AM		Versión 02	
Página 14 de 16		Fecha Emisión 13.11.2020			
Participantes: [List of names and roles]					
Resumen de la reunión: [Summary of the meeting]					
Temas: [List of topics]					
Conclusiones: [List of conclusions]					
Seguimiento: [List of follow-up items]					

ACTA DE REUNIÓN					
Fecha		Hora		Versión	
23/03/2024		9:00 AM		Versión 02	
Página 14 de 16		Fecha Emisión 13.11.2020			
Participantes: [List of names and roles]					
Resumen de la reunión: [Summary of the meeting]					
Temas: [List of topics]					
Conclusiones: [List of conclusions]					
Seguimiento: [List of follow-up items]					

ACTA DE REUNIÓN					
Fecha		Hora		Versión	
23/03/2024		9:00 AM		Versión 02	
Página 14 de 16		Fecha Emisión 13.11.2020			
Participantes: [List of names and roles]					
Resumen de la reunión: [Summary of the meeting]					
Temas: [List of topics]					
Conclusiones: [List of conclusions]					
Seguimiento: [List of follow-up items]					

ACTA DE REUNIÓN					
Fecha		Hora		Versión	
23/03/2024		9:00 AM		Versión 02	
Página 14 de 16		Fecha Emisión 13.11.2020			
Participantes: [List of names and roles]					
Resumen de la reunión: [Summary of the meeting]					
Temas: [List of topics]					
Conclusiones: [List of conclusions]					
Seguimiento: [List of follow-up items]					

Mayo

ACTA DE REUNIÓN					
Fecha		Hora		Versión	
23/03/2024		9:00 AM		Versión 02	
Página 14 de 16		Fecha Emisión 13.11.2020			
Participantes: [List of names and roles]					
Resumen de la reunión: [Summary of the meeting]					
Temas: [List of topics]					
Conclusiones: [List of conclusions]					
Seguimiento: [List of follow-up items]					

ACTA DE REUNIÓN					
Fecha		Hora		Versión	
23/03/2024		9:00 AM		Versión 02	
Página 14 de 16		Fecha Emisión 13.11.2020			
Participantes: [List of names and roles]					
Resumen de la reunión: [Summary of the meeting]					
Temas: [List of topics]					
Conclusiones: [List of conclusions]					
Seguimiento: [List of follow-up items]					

ACTA DE REUNIÓN					
Fecha		Hora		Versión	
23/03/2024		9:00 AM		Versión 02	
Página 14 de 16		Fecha Emisión 13.11.2020			
Participantes: [List of names and roles]					
Resumen de la reunión: [Summary of the meeting]					
Temas: [List of topics]					
Conclusiones: [List of conclusions]					
Seguimiento: [List of follow-up items]					

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 trabajaran para la renovación del programa.

 compensar fundación universitaria	ACTA DE REUNIÓN	
	FOR-PPA-11	Versión 02
	Página 16 de 16	Fecha Emisión 13.11.2020

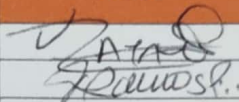
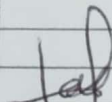
Compromisos de la reunión			
Descripción	Responsable	Fecha de entrega	Seguimiento
Elaboración del acta	Yara Aillen Roa Aguilera	07/04/2024	

Acuerdos

Necesidades de comunicación	
Descripción	Dirigido a

 compensar 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
<ul style="list-style-type: none"> - Definición del PIC, PA Y RETO 2024-I - Asignaturas y docentes participantes - Link de la carpeta de PIC PA Y RETO: <p><input type="checkbox"/> EVIDENCIAS PIC, PA Y RETO 2024-I (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).</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 día 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



compensar

fundación
universitaria

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*

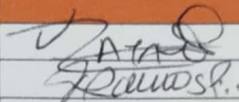
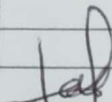
20 de noviembre de 2023

Carolina Vaca González
Directora Programa Mercadeo y Publicidad
Escuela de Negocios

MP
Mercadeo y
Publicidad

 compensar 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
<ul style="list-style-type: none"> - Definición del PIC, PA Y RETO 2024-I - Asignaturas y docentes participantes - Link de la carpeta de PIC PA Y RETO: <p><input type="checkbox"/> EVIDENCIAS PIC, PA Y RETO 2024-I (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).</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 día 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

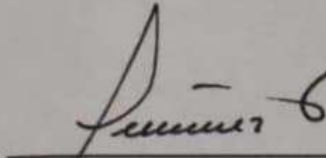
Descripción	Dirigido a

ACTA DE ENTREGA

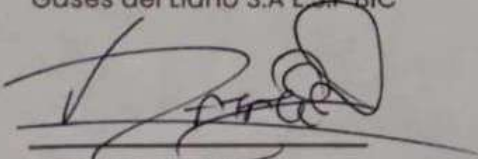
La empresa Gases del Llano S.A E.S.P BIC enmarcado en el programa de Responsabilidad Social Empresarial, se complace en hacer entrega a la Fundación Universitaria Compensar en representación de la Sra. Catalina Arenas identificada con Cédula de Ciudadanía **N°52.936.527**, la siguiente donación:

- Terminales Móviles Intermec CN75 - 59 und
- Baterías 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 ARENÁS
C.C. 52.936.527

laboró: Francisco Javier Cano - Profesional RSE

Revisó: Norma Constanza Jiménez - Profesional Líder Comunicaciones y RSE

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

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



SC 1188-1

ISO 45001:2018

EL CENTRO COMERCIAL UNICO OUTLET

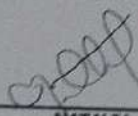
Otorga reconocimiento a:


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. También 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