



DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	Código: OD-DE-01
	Fecha: 06/01/2017
INFORME	Versión: 2
	Página: 1 de 60

**CONVENIO DE APOYO INTERINSTITUCIONAL PARA PROYECTO
EDUCATIVO SOCIAL Y EMPRESARIAL “PESEM” SUSCRITO
ENTRE TECNOLÓGICA FITEC Y LA COOPERATIVA DE
ESTUDIANTES Y EGRESADOS UNIVERSITARIOS SIGLA
“COOPFUTURO”**

INFORME CUALITATIVO N° 1

CURSO DE MARKETING DIGITAL

Periodo del reporte: Junio – Julio 2020

TECNOLOGICA FITEC

Bucaramanga 14 de julio del 2020

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	Código: OD-DE-01
	Fecha: 06/01/2017
INFORME	Versión: 2
	Página: 2 de 60

Contenido

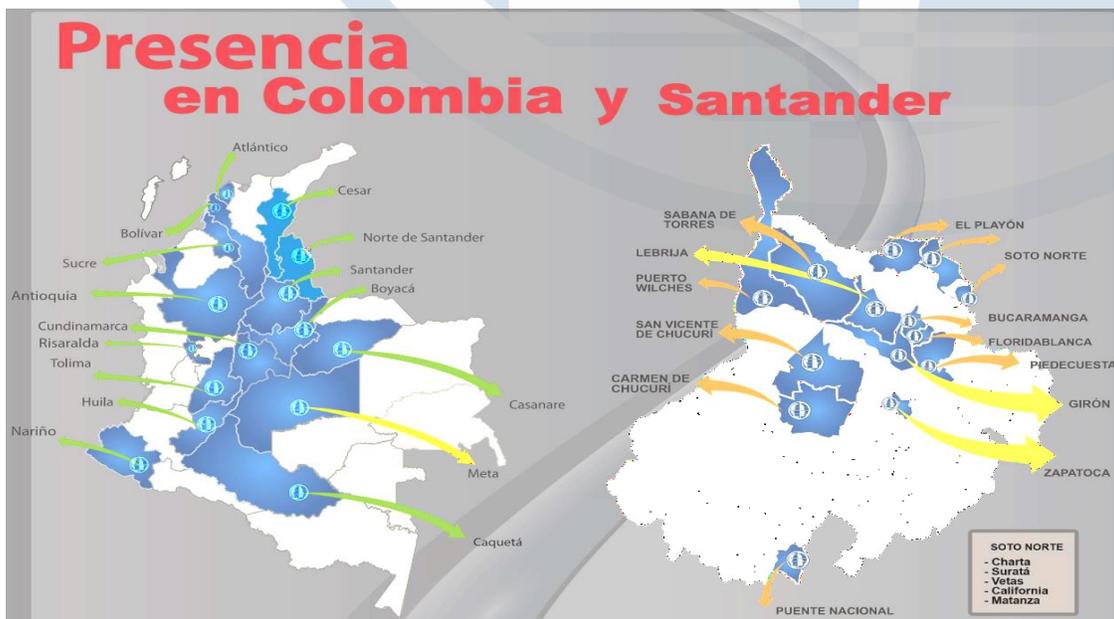
1. PRESENTACIÓN.....	3
2. INFORME NARRATIVO DE LAS ACTIVIDADES IMPLEMENTADAS	7
2.1 CURSO DE MARKETING DIGITAL.....	7
3. INDICADORES	11
3.1. CONSOLIDADO DE INDICADORES	11
3.1.1 CURSO DE MARKETING DIGITAL.....	11
3.2. PRESENTACIÓN GRÁFICA DE INDICADORES Y ANALISIS DE RESULTADOS DE MEDICION	12
3.2.1 LISTADO INSCRITOS CURSO DE MARKETING DIGITAL	12
3.2.1.1 GRAFICAS DE INSCRITOS CURSO MARKETING DIGITAL	33
3.2.1.2 LISTADO CERTIFICADOS CURSO DE MARKETING DIGITAL	36
3.2.1.3 LISTADO NO CERTIFICADOS CURSO DE MARKETING DIGITAL	51
3.2.4 RESULTADO DE ENCUESTA DE SATISFACCION DEL CURSO.....	57
3.2.4.1 CURSO MARKETING DIGITAL	57
4. ENLACE VIDEOCONFERENCIA.....	59
5. CERTIFICACION DEL CURSO DE MARKETING DIGITAL	60

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	Código: OD-DE-01
	Fecha: 06/01/2017
INFORME	Versión: 2
	Página: 3 de 60

1. PRESENTACIÓN

La **Tecnológica FITEC** es una Institución Educativa del nivel Superior con 28 años al servicio educativo en la formación de Técnicos profesionales y Tecnólogos, con una metodología de enseñanza aprendizaje que implica una nueva visión y da respuesta a las exigencias del mundo en su entorno económico, social, político, cultural y tecnológico entre otros.

La **Tecnológica FITEC** es una Institución de Educación Superior sin ánimo de lucro con Personería Jurídica no. 05 del 3 de enero de 1992, registrada en el sistema nacional SNIES 3716 y con programas académicos activos con registro calificado vigentes.



- **MODELO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE**

La Tecnológica FITEC cuenta con un Modelo **MCA**, sigla que significa Motivación, Cognición y Aplicación.

Este Modelo explica que en los procesos de enseñanza-aprendizaje el desarrollo de una competencia, se inicia por una buena **motivación**, seguida de una

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	Código: OD-DE-01
	Fecha: 06/01/2017
INFORME	Versión: 2
	Página: 4 de 60

comprensión de la realidad a aprender, para finalizar con una **aplicación** de lo aprendido.

Cada fase de la enseñanza persigue una finalidad en relación con el proceso de aprendizaje que espera generar o activar en el estudiante, producto de las acciones mediadas. En consecuencia, el proceso de evaluación se organiza en coherencia con las finalidades de cada fase de la enseñanza, y a partir de estas es posible determinar las finalidades específicas de la acción evaluativa en cada momento.

De acuerdo con la concepción de aprendizaje de competencias que da sustento al modelo pedagógico y de evaluación de la Tecnológica FITEC, es posible establecer tres grandes momentos o fases que dan cuenta del proceso general de la enseñanza: Fase de motivación– Fase cognitiva – Fase ejecutiva o de aplicación.

Estas fases igualmente se desarrollan en plataforma, entregando en cada módulo virtual a los estudiantes los tres momentos de estudio que busca el desarrollo de la competencia, que tienen como propósito el módulo de estudio.

Cada fase contiene dos elementos fundamentales para la enseñanza-aprendizaje:

LOS RECURSOS

Los recursos responden a esas condiciones y particularidades que deben reunir para que estos lleguen con claridad a los estudiantes que ingresan a la Institución.

Hay varios tipos de recursos: Simuladores, cursos, aplicativos multimedia, tutoriales, animaciones, videos, documentos interactivos, textos.

LAS ACTIVIDADES

Los entornos virtuales de aprendizaje son asíncronos y facilitan el acceso a la información y la comunicación en una **plataforma pedagógico-tecnológica** en la que se sitúan las contribuciones, se consultan los diferentes aportes de sus actores y se construye colectivamente el conocimiento.

La Tecnológica FITEC asume que la condición fundamental para adelantar el proceso de aprendizaje es la **Interacción**. Ella se entiende como la actividad general y los conjuntos de acciones en particular, tanto mentales como sociales, que despliegan los participantes para llevar a cabo la acción de aprender.



DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	Código: OD-DE-01
	Fecha: 06/01/2017
INFORME	Versión: 2
	Página: 5 de 60

La Institución tiene en cuenta en sus acciones educativas, una serie de interacciones que procura realizar siempre pues es claro que con ellas se mejoran las condiciones para el aprendizaje. Ellas propician:

- ✓ Favorecer las condiciones comunicativas.
 - ✓ Gestionar y organizar la actividad
 - ✓ Impulsar procesos de construcción de conocimiento compartido
- **ELEMENTOS DIFERENCIADORES QUE HACEN DE LA TECNOLÓGICA FITEC UNA INSTITUCIÓN FUERTE EN EDUCACIÓN VIRTUAL**

Hoy la Tecnológica FIEC se ha posicionado en varios municipios y ciudades de Colombia. **Su trayectoria durante los 12 años de incursión en la virtualidad** le ha permitido innovar en sus AVA (ambiente virtual de aprendizaje) y OVA (Objetos virtuales de aprendizaje), los cuales se bajan en un gran modelo de aprendizaje de las competencias.

- **APRENDIZAJE PARA LA AUTONOMÍA Y LA RESPONSABILIDAD**

Al estudiar en una metodología virtual se desarrollan ciertas habilidades, destrezas y valores que propenden por formar **UN MEJOR SER** humano, capaz de responder por los compromisos adquiridos y esto se logra al centrar los procesos autónomos en todo el trayecto educativo que se hace en FITEC, al permitir el estudio de sus estudiantes desde espacios y tiempos en los que se puede acomodar, sin descuidar sus labores en el trabajo y sus obligaciones de casa y familia.

La **Tecnológica FITEC** busca ayudar a nuestros jóvenes para apoyarlos en la definición de sus proyectos de vida y orientarlos para la toma de decisiones al terminar la educación media. Les ofrece oportunidades para conocer el mundo real tanto productivo como académico.

- **DISPONIBILIDAD DE EQUIPOS, ASESORÍAS Y APOYO PERMANENTE A LOS ESTUDIANTES**

La Tecnológica FITEC dispone los 7 días de la semana, aulas y centros informáticos para el uso de sus estudiantes.

El Gobierno Nacional mediante el decreto 417 del 17 de marzo del 2020 decreto el Estado de Emergencia Nacional por la identificación del COVID 19, por este

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	Código: OD-DE-01
	Fecha: 06/01/2017
INFORME	Versión: 2
	Página: 6 de 60

motivo la Tecnológica FITEC habilito un aula virtual para el desarrollo de los cursos y dar así oportunidad a los participantes de realizarlo.

Además, un equipo de “seguimiento” está al frente de todo el trabajo del estudiante, recordando constantemente actividades próximas a vencerse o las ya vencidas, presentando las opciones que tiene para su entrega.

Un centro de contacto llamado CASCE está disponible los 7 días de la semana, durante unos horarios diurnos y nocturnos, para llamar a los estudiantes y realizar el apoyo conveniente.

- **VIDEO-CLASES**

Una estrategia importante han sido las video clases que los profesores-tutores desarrollan cada semana para dar explicaciones adicionales sobre el tema que conlleva al aprendizaje y a la competencia de cada curso. Se citan con anticipación para que haya participación activa del estudiante en esta video clase, sin embargo, para aquellos que presentan dificultades

- **CALIDAD DE NUESTROS PROFESORES -TUTORES**

La Tecnológica FITEC propendiendo siempre por la calidad de los profesores-tutores quienes han desarrollado grandes aptitudes hacia el acompañamiento constante y permanente de sus estudiantes.

Desarrollan acciones que conllevan a acompañar, responder, apoyar a su estudiante, buscado que la enseñanza virtual, rompa esa barrera del distanciamiento y así el estudiante sienta cercano a la Institución, a su profesor-tutor y a sus compañeros. En FITEC, se tiene un lema muy importancia y es que propendemos por tener profesores de “alta calidad” y este sello ha caracterizado a nuestros docentes

La Tecnológica FITEC cuenta con un **AULA VIRTUAL** disponible las 24 horas del día en donde los estudiantes puede ingresar a desarrollar sus actividades y evaluaciones de manera virtual desde cualquier lugar, solo contando con internet y un computador o dispositivo móvil.



DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	Código: OD-DE-01
	Fecha: 06/01/2017
INFORME	Versión: 2
	Página: 7 de 60

2. INFORME NARRATIVO DE LAS ACTIVIDADES IMPLEMENTADAS

2.1 CURSO DE MARKETING DIGITAL



Inicio: 23 de junio de 2020 **Final:** 08 de julio de 2020

Intensidad Horario: 15 Horas

Desarrolla estrategias para diseño de campañas publicitarias y posicionamiento de marca en internet.

El **CURSO DE MARKETING DIGITAL**, se realiza mediante la plataforma virtual de la Tecnológica FITEC, en donde cada estudiante cuenta para su ingreso con usuario y contraseña con el de interactuar en los foros, recurso y actividades dentro del curso.

Resultado / Objetivo Específicos	Actividades	Municipio	Institución (es)	Descripción de los avances y resultados	Observaciones, aspectos por resaltar y aspectos por mejorar
	A.1.1. Conocer las bases que sustentan el marketing digital, tales como el consumidor digital, la propuesta de valor, marketing de contenidos y estrategia Cross media.	Bucaramanga	Tecnológica FITEC	Mediante videoconferencia el profesor interactúa con los estudiantes dando a conocer el tema	Los estudiantes participan de manera dinámica, tratando los temas expuestos.

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	Código: OD-DE-01
	Fecha: 06/01/2017
INFORME	Versión: 2
	Página: 8 de 60

UNIDAD 1 UNA MIRADA AL MARKETING DIGITAL	A.1.2. Dar a conocer los recursos disponibles en el aula virtual	Bucaramanga	Tecnológica FITEC	El estudiante ve y analiza los recursos disponibles para el desarrollo de la unidad	El estudiante recibe la información por medio de PDF, Videos, infografías.
	A.1.3 Videoconferencia participativa entre el tutor y los participantes.	Bucaramanga	Tecnológica FITEC	Conceptos Generales de Marketing Digital SEO Y SEM El consumidor digital	Se establece una conexión con los participantes haciendo la videoconferencia más interesante y participativa.
UNIDAD 2 LOS ELEMENTOS QUE NO PUEDEN FALTAR EN EL MARKETING DIGITAL	A.2.1. Manejo de herramientas de la web para realizar marketing digital.	Bucaramanga	Tecnológica FITEC	Mediante videoconferencia el profesor interactúa con los estudiantes dando a conocer el tema.	Los estudiantes participan de manera dinámica, tratando los temas expuestos. El estudiante aprende el manejo de herramientas de la web para realizar marketing digital.
	A.2.2. Dar a conocer los recursos disponibles en el aula virtual	Bucaramanga	Tecnológica FITEC	El estudiante ve y analiza los recursos disponibles para el desarrollo de la unidad	El estudiante recibe la información por medio de PDF, Videos, infografías.
	A.2.3 Actividad a presentar Para la actividad de este curso usted va a: Realizar una estrategia de marketing en donde se evidencie el paso a paso a seguir, según lo aprendido en las sesiones de clase	Bucaramanga	Tecnológica FITEC	Se realiza actividad final de la unidad, evidenciando la entrega del estudiante en la plataforma virtual	Los estudiantes entregan la actividad de la unidad 2 con resultados altamente satisfactorios.

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	Código: OD-DE-01
	Fecha: 06/01/2017
INFORME	Versión: 2
	Página: 9 de 60

De lunes a viernes se realizan videoconferencias a cargo de los tutores Martha Montero Ojeda y Camilo Villamizar con el fin de dar a conocer los temas de las unidades y responder dudas e inquietudes.

GRABANDO AMD.Martha Montero Ojeda está presentando 9:41 TU

Competencia y conocimientos:

- Conocimiento de HTML y manejo de sitios web.
- Manejo de plataformas de analítica web y monitoreo.
- Familiaridad con administración de blogs, foros de discusión, ratings y reviews.
- Manejo de ambientes Mac y Pc.

Social Media Manager (SMM): En español, Administrador de medios sociales. Su labor es más estratégica que la del Community manager. Es el profesional encargado de preparar y planificar la estrategia de una marca o empresa en redes sociales, que posteriormente ejecutará el Community manager.

Planifica la estrategia, define los objetivos, monitoriza las acciones comprobando si el ROI es el correcto, conoce la situación del mercado y las necesidades de los clientes, analiza e interpreta los datos de fuentes externas sobre todo los que le

Perfiles empresariales:
Los invito a revisar los siguientes casos:

- Soloraf, agricultura.
- Boutique Baccana.
- Bere Casillas - Elegancia 2.0

Participants: DANIEL ALFON..., Lina Bonilla, Yisell Carolina..., Lorena Pedraza, Jennifer Castillo, Nayarith Herna..., AMD.Martha M., Juan sebastian..., Angello DJ, Gisela Nossa, Miller Rivera, eduardo naranjo

Detalles de la reunión

AMD.Martha Montero Ojeda está presentando

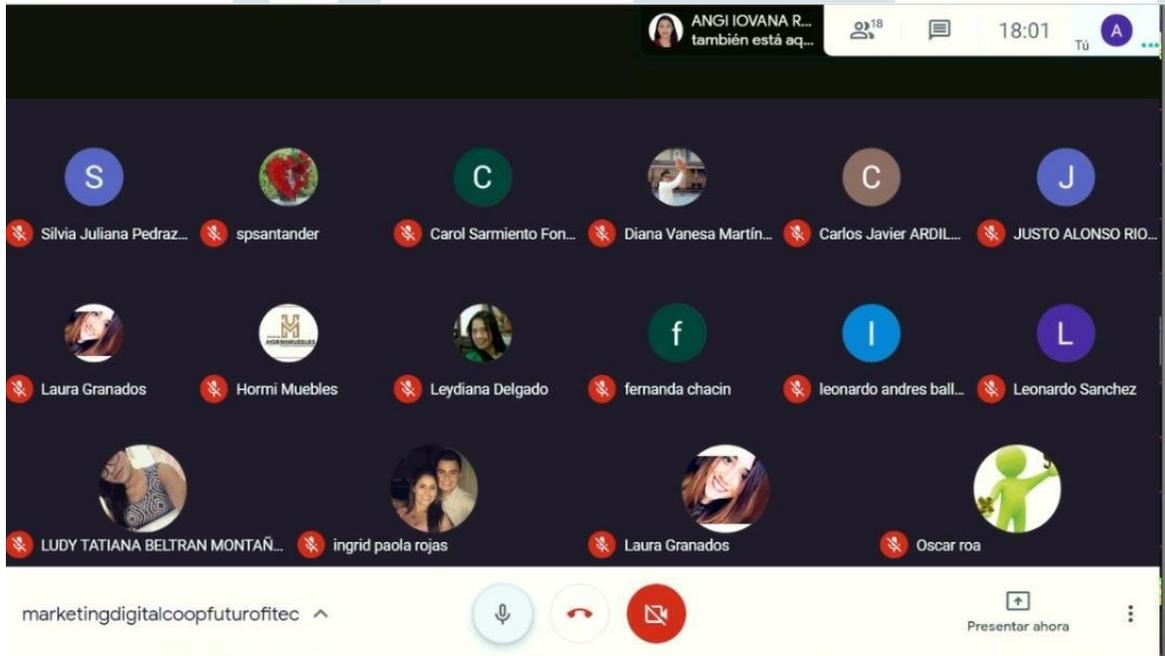
GRABANDO Daniela Santana y 2 más 18:46 TU

Participants: AMD.Martha Montero Ojeda, Andrés Muete, Jerson Escalante, Doris Castellanos, MARIA CLAUDIA VILLARRE..., Cristian Mauricio Vargas Ro..., Julian Cuevas Agudelo, cotorres .com, EDISSON ENRIQUE MENES..., Laü Díaz, Cristian humberto muñoz..., Desconocido, Diana Vanesa Martínez Blanco, Fernanda Rojas Silva, diana giraldo, DIANYS QUINTANA

Detalles de la reunión

Presentar ahora

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	Código: OD-DE-01
	Fecha: 06/01/2017
INFORME	Versión: 2
	Página: 10 de 60





DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	Código: OD-DE-01
	Fecha: 06/01/2017
INFORME	Versión: 2
	Página: 11 de 60

3. INDICADORES

3.1. CONSOLIDADO DE INDICADORES

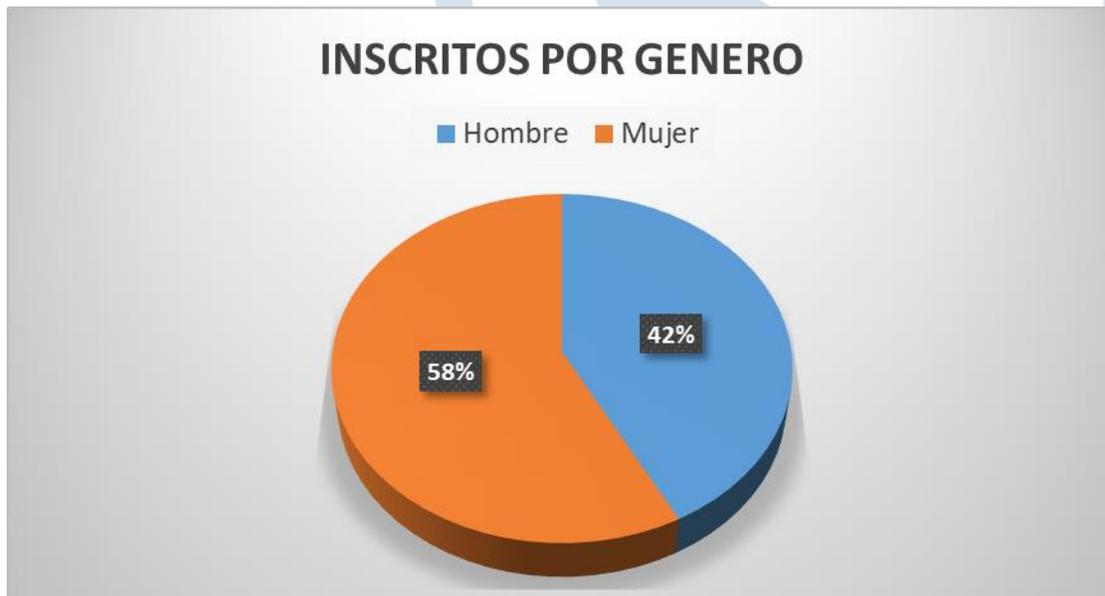
3.1.1 CURSO DE MARKETING DIGITAL

META	INDICADOR	EJECUCIÓN	AVANCE ACUMULADO A LA FECHA	FORMULA DE CALCULO	PORCENTAJE (%) DE CUMPLIMIENTO ACUMULADO	FUENTES DE VERIFICACIÓN DEL AVANCE DEL INDICADOR	PERIODICIDAD
UNIDAD 1 UNA MIRADA AL MARKETING DIGITAL	Videoconferencia participativa.	100%	100%	Participación / Asistencia a Videoconferencia	71%	Campus virtual Tecnológica Fitec	7 horas
UNIDAD 2 LOS ELEMENTOS QUE NO PUEDEN FALTAR EN EL MARKETING DIGITAL	Realizar una estrategia de marketing en donde se evidencie el paso a paso a seguir, según lo aprendido en las sesiones de clase	100%	100%	Evaluación escrita / Evaluación presentada por estudiante	71 %	Campus virtual Tecnológica Fitec	8 horas

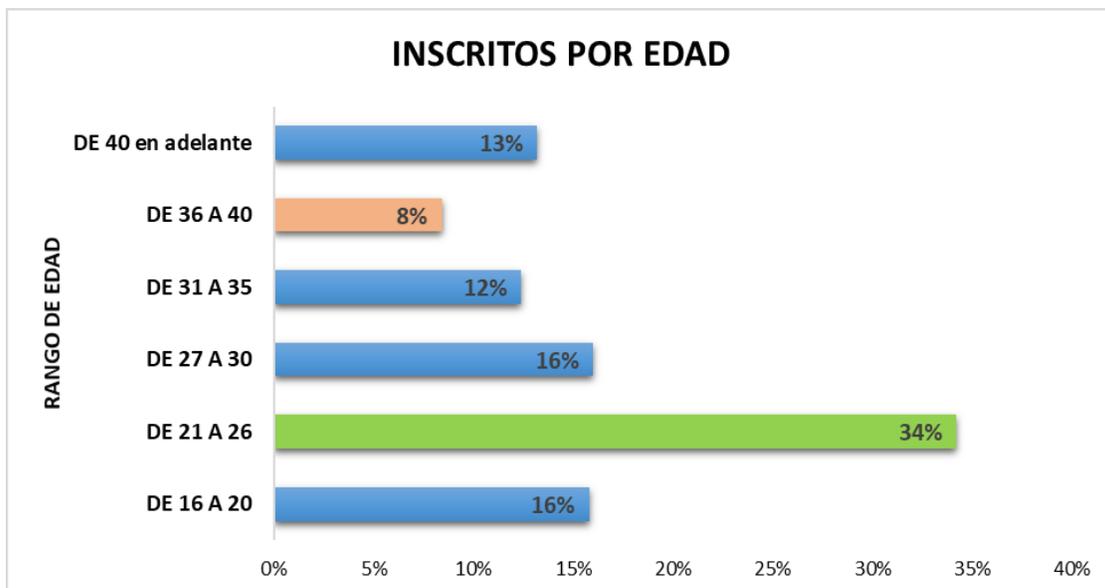
3.2. PRESENTACIÓN GRÁFICA DE INDICADORES Y ANALISIS DE RESULTADOS DE MEDICION

3.2.1.1 GRAFICAS DE INSCRITOS CURSO MARKETING DIGITAL

- INSCRITOS POR GENERO



- INSCRITOS POR RANGO DE EDAD



DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	Código: OD-DE-01
	Fecha: 06/01/2017
INFORME	Versión: 2
	Página: 34 de 60

- INSCRITOS POR NIVEL DE ESTUDIO**



- INSCRITOS POR MUNICIPIO**

MUNICIPIO	CANTIDAD	MUNICIPIO	CANTIDAD
AGRADO	1	SARDINATA	1
AGUACHICA	1	SOCORRO	1
AGUSTÍN CODAZZI	1	SOLEDAD	1
ALBANIA	1	TULUÁ	1
ARATOCA	1	VENECIA	1
ARAUCA	1	YONDÓ	1
BARANOA	1	YOPAL	1
CARTAGENA	1	ACACÍAS	2
CERETÉ	1	CHIQUINQUIRÁ	2
COROMORO	1	EL ZULIA	2
DURANIA	1	GIRÓN	2
ENVIGADO	1	MALAMBO	2
GARZÓN	1	PIEDRECUESTA	2
LA JAGUA DE IBIRICO	1	PUERTO COLOMBIA	2
LA PAZ	1	SINCELEJO	2
LEBRÍJA	1	TAME	2
LOS PATIOS	1	SAN VICENTE DE CHUCURI	3
MAICAO	1	PAMPLONA	4
MÁLAGA	1	SAN GIL	5
PASTO	1	CUCUTILLA	7

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	Código: OD-DE-01
	Fecha: 06/01/2017
INFORME	Versión: 2
	Página: 35 de 60

PIOJÓ	1	BARRANCABERMEJA	12
PUENTE NACIONAL	1	FLORIDABLANCA	12
PUERTO LOPEZ	1	VILLAVICENCIO	14
RÍO DE ORO	1	VALLEDUPAR	16
RIOHACHA	1	CÚCUTA	19
SABANA DE TORRES	1	BOGOTÁ	38
SAN CAYETANO	1	BARRANQUILLA	39
SAN JUAN DEL CESAR	1	BUCARAMANGA	277
SARAVENA	1	TOTAL	500

- ESTADO INSCRITOS**

ESTADO	CANTIDAD	PORCENTAJE
APROBADO	353	71%
NO APROBADO	147	29%
TOTAL	500	100%



DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	Código: OD-DE-01
	Fecha: 06/01/2017
INFORME	Versión: 2
	Página: 51 de 60

3.2.4 RESULTADO DE ENCUESTA DE SATISFACCION DEL CURSO

La Tecnológica FITEC en busca de su mejoramiento constante realiza encuestas de satisfacción de los cursos dictados, en donde los participantes tienen la oportunidad de calificar a nuestros tutores, el proceso académico y el contenido del curso.

3.2.4.1 CURSO MARKETING DIGITAL

PREGUNTAS DE LA ENCUESTA	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	TOTAL
Los objetivos de la capacitación fueron claros	0	43	366	409
Los contenidos de la capacitación fueron suficientes para alcanzar los objetivos propuestos	0	44	365	409
La capacitación fue relevante y útil.	0	47	362	409
Los materiales que recibió fueron acertados y suficientes	1	61	347	409
Los materiales fueron claros y fáciles de seguir	1	64	344	409
El contenido fue oportuno y de calidad	0	61	348	409
La capacitación fue suficiente para implementar los conocimientos en su trabajo y estudios	0	29	380	409
El profesor domina los temas tratados.	0	21	388	409
El profesor mostró dominio de grupo	0	25	384	409



DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	Código: OD-DE-01
	Fecha: 06/01/2017
INFORME	Versión: 2
	Página: 58 de 60

El profesor estimula la participación e intercambio de ideas y experiencias	0	22	387	409
La organización y el soporte logístico fueron apropiados	0	14	395	409
La sesión o sesiones sincrónicas se cumplieron en el horario dispuesto	0	11	398	409
La formación realizada satisface sus expectativas iniciales y cumple con la promesa de valor presentada en el brochure del curso	0	11	398	409

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CURSO

1,2
1
0,8
0,6
0,4
0,2
0



■ REGULAR ■ BUENO ■ EXCELENTE

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	Código: OD-DE-01
	Fecha: 06/01/2017
INFORME	Versión: 2
	Página: 59 de 60

4. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

- Durante el trascurso del curso se notó el entusiasmo de los estudiantes en aprender.
- La metodología de trabajar por medio de videoconferencia hizo que los estudiantes y el profesor tuvieran un constante contacto para el desarrollo del curso contribuyendo a la mayor satisfacción y bienestar de ambos al implicarse en las actividades de docencia y aprendizaje.
- Los estudiantes manifestaron está muy contentos con el curso y sugieren tenerlos en cuenta en el momento de ofertar otros cursos como: SEO, Y SEM, Atención al Cliente, E-Commerce, Redes Sociales.

4. ENLACE VIDEOCONFERENCIA

A continuación, damos a conocer mediante un enlace la manera como el tutor y los participantes interactuaban de manera sincrónica por medio de videoconferencias programadas.

CLIC PARA VER EL VIDEO



DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	Código: OD-DE-01
	Fecha: 06/01/2017
INFORME	Versión: 2
	Página: 60 de 60

5. CERTIFICACION DEL CURSO DE MARKETING DIGITAL

Los participantes que finalicen satisfactoriamente el curso con un promedio no inferior a 70, serán certificados por la Tecnológica FITEC por medio de un diploma electrónico el cual será enviado a los correos personales.







NOMBRE Y APELLIDO
D.I XXXXXXXXX

Participó y aprobó el CURSO DE MARKETING DIGITAL.
Con una duración de 15 horas.
Realizado del de al de de 2020.

En testimonio de lo anterior se firma en



Rosalba Montero Ojeda
Vicerrectora Académica



Camila Andrea Buitrago Mariño
Secretaria General



Institución de Educación Superior
vigilada por el Ministerio de Educación Nacional