



FORMULACIÓN DE PLANES DE MERCADEO ESTRATÉGICO

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA
Nivel de formación: **complementaria**

01 Presentación

Estudia **Formulación de planes de mercadeo estratégico** y adquiere las competencias necesarias para analizar el entorno, identificar oportunidades y diseñar estrategias efectivas que impulsen el crecimiento empresarial.

En este curso conocerás los fundamentos del *marketing* estratégico, las técnicas de segmentación de mercado y las herramientas para investigar y comprender el comportamiento del consumidor.

Aprenderás a estructurar planes de mercadeo basados en datos reales, definiendo objetivos, estrategias y acciones que fortalezcan la posición competitiva de una organización.

Desarrollarás habilidades para interpretar indicadores, proponer soluciones innovadoras y tomar decisiones con visión estratégica, alineadas con los objetivos corporativos y las necesidades del mercado.

Este curso tiene una duración de 48 horas, es totalmente virtual y cuenta con acompañamiento permanente, para que avances a tu propio ritmo y desde cualquier lugar.

¡Inscríbete y potencia tu perfil profesional en el mundo del *marketing* estratégico, aportando al desarrollo y competitividad empresarial!



Formulación de planes de mercadeo estratégico

[Ver video](#)



Código
06110159



Horas
48



Modalidad
Virtual



02 Justificación del programa

En el mundo del mercadeo, la competencia crece día a día debido a los constantes cambios en las tendencias, por lo que las empresas necesitan estrategias sólidas para destacar. Formular un plan de mercadeo estratégico se convierte en una herramienta clave para mejorar la presencia en el mercado y asegurar que cada acción esté alineada con los objetivos de crecimiento organizacional.

Este programa de formación ha sido creado para brindar a los participantes las habilidades necesarias para estructurar planes efectivos, tomar decisiones informadas y adaptarse al entorno comercial en evolución. A lo largo del proceso, los aprendices desarrollarán pensamiento analítico y estratégico, interpretarán datos del mercado, identificarán oportunidades y formularán propuestas que generen valor, fortaleciendo su capacidad para construir estrategias que impacten el posicionamiento de marca.

Como valor agregado y diferenciador, el programa permite a los participantes evaluar y mejorar sus planes antes de la implementación. Mediante una revisión estratégica, podrán identificar riesgos, ajustar elementos clave y asegurar que cada aspecto del mercadeo esté optimizado para obtener los mejores resultados. Al finalizar, los aprendices tendrán una visión integral y práctica sobre cómo formular estrategias efectivas en cualquier contexto empresarial.

Es importante resaltar que el mercado laboral colombiano reconoce las ocupaciones Asistentes de mercadeo, publicidad y comunicaciones y Gerentes de ventas, mercadeo y publicidad, dentro de la Clasificación Nacional de Ocupaciones, a las que se vincula, entre otras, la función de apoyar la elaboración de planes de mercadeo. Esta función incluye actividades clave que facilitan la planificación y ejecución estratégica dentro del área de mercadeo tales como la investigación y análisis de mercado, el apoyo en la definición de objetivos, la colaboración en el desarrollo de estrategias y la organización de información, entre otras tantas. Según informe del Observatorio Nacional y Ocupacional publicado en el 2024, esta ocupación registró 2.297 vacantes, representando un 1,8 % de las oportunidades de nivel Técnicos Profesionales - Tecnólogos, con 1.745 empleos colocados, equivalentes al 6.2 % del total de colocación. Ante esta demanda, la formación en la planificación de planes de mercadeo estratégico se vuelve esencial para fortalecer las competencias de quienes desempeñan roles estratégicos en este campo.

Con el fin de responder a esta necesidad, el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) ha desarrollado el programa Formulación de planes de mercadeo estratégico, enfocado en capacitar profesionales que persuadan a clientes potenciales para elegir los productos o servicios de una empresa. El curso garantiza una formación integral mediante metodologías innovadoras de aprendizaje, acceso a tecnologías de última generación y una estructura curricular alineada con las demandas del mercado. Además, promueve la participación, la creatividad y el pensamiento crítico, preparando a los aprendices para aportar valor en los procesos de formulación, ejecución y evaluación de estrategias de mercadeo y ventas.

03 Competencias a desarrollar

260101061. Formular el plan según objetivos y metodologías.

04 Perfil de ingreso

- Se requiere que el aprendiz AVA tenga dominio de elementos básicos en el manejo de herramientas informáticas y de comunicación como: correo electrónico, chats, procesadores de texto, *software* para presentaciones, navegadores de internet y otros sistemas y herramientas tecnológicas necesarias para la formación virtual.

05 Estrategia metodológica

Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de los procesos formativos en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias.

Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el quehacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento:

- El instructor - Tutor.
- El entorno.
- Las TIC.
- El trabajo colaborativo.