**GUÍA DE APRENDIZAJE Nº1**

1. **IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Programa de Formación: | Código: 621113Versión: 02 |  |
| Nombre del Proyecto:Soluciones mercadológicas innovadoras e integrales al servicio de la empresa v2 | Código: 167003 |  |
| Fase 1 del proyecto:  - Gestión de la información |  |
| Actividad (es) del Proyecto:Análisis Situacional | Actividad (es) de Aprendizaje:**Actividades Cognitivas**-Reconocer las diferentes fuentes de información de mercados que contribuyan a comprender el contexto situacional de los diferentes sectores económicos.**Actividades Procedimentales**-Utilizar la información que les provee las diferentes fuentes de información para el diagnóstico del sector al cual pertenece la empresa.**Actividades Actitudinales**-Interpreta correctamente la información obtenida a través de las fuentes de información.  | Ambiente de formación ESCENARIO lms, redessociales,redes debibliotecasvirtuales,sistemasespecializados deinformación,ambientesvirtuales deaprendizaje.Aula de sistemas con computadores y con conexión a Internet | MATERIALES DE FORMACIÓN |
| DEVOLUTIVO (HerramientaVideo Beam. | CONSUMIBLE (unidades empleadas durante el programa)* Fotocopias
* Marcadores borrables.
* Papel Craft
* Cinta transparente.
* Borrador de Tablero
 |
| Resultados de Aprendizaje:514711.- diagnosticar el comportamiento del mercado, garantizando la utilización de fuentes confiables y fidedignas de la investigación, según políticas de la empresa. | Competencia:0101016- planear actividades de mercadeo que respondan a lasNecesidades y expectativas de los clientes y a los objetivos de la empresa. |  |
| 51489 2- determinar la oferta y la demanda del producto según políticaempresarial. | 260101001 - - proyectar el mercado de acuerdo con el tipo de producto o servicio y características de los consumidores y usuarios |  |  |  |
| Duración de la guía ( en horas):74 horas |  |  |  |  |

1. **INTRODUCCIÓN**

|  |
| --- |
| La Gestión de Mercados es en perspectiva una de las tecnologías con mayor demanda que tendrá nuestro país, la apertura económica que se viene desarrollando en Colombia hace que todas las organizaciones sean competitivas, en lo administrativo, en lo operativo y en lo productivo. Hoy por hoy los mercados internacionales demandan EFICIENCIA, EFICACIA Y EFECTIVIDAD, para satisfacer sus necesidades e intereses para lo cual el SENA viene desarrollando el proyecto de formación en Gestión de Mercados para dar respuesta a los requerimientos que se demandan en el mundo global, contando con instructores especializados y calificados con experiencia empresarial y académica en estos saberes.  |

1. **ESTRUCTURACION DIDACTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE**

|  |
| --- |
| * 1. **Actividades de Reflexión inicial.**

La realización de un diagnóstico requiere de una serie de datos que el gestor de mercados debe saber interpretar para que tanto los procesos de decisión como los procesos productivos sean mucho más rápidos y efectivos para ganar espacios importantes en los diferentes escenarios de los mercados internacionales.Hoy por hoy vemos que las técnicas de recolección de datos también evolucionan, a través de la historia, los especialistas en investigaciones han adoptado por el uso de tecnologías propias de la época, (en tiempo, y lugar), y todo se debe a que el usuario y/o consumidor de hoy no es el mismo de hace 5 años, ni el mismo de hace 15 o 20 años. Hoy tiene más poder de decisión, es más difícil conocerlo y es más costoso venderle productos. Además de tener muchas alternativas para escoger, está mejor informado. Los mercados en su dinámica se encuentran regidos por unas condiciones de oferta y de demanda lo que hace que toda empresa bien sea pequeña, mediana o grande deban realizar acciones que les permitan conocer las diferentes variables que influyen en su oferta y en su demanda para que sus productos puedan ser comercializados a sus consumidores y usuarios de manera eficiente, eficaz y efectiva. Evidencia 1: Foro “Como realizar un diagnóstico en una comunidad” para el desarrollo de este foro es necesario que los estudiantes observen con anterioridad el siguiente video. <https://www.youtube.com/watch?v=soRXBG6oTto>Luego de que los aprendices comprendan el significado y la importancia de un diagnóstico a través de la visualización del video es necesario que el instructor ilustre a los aprendices sobre el componente sectorial que conforma la base de la economía de un país o región.Después de observar el vídeo y escuchar al instructor, cada equipo de trabajo debe responder a los siguientes interrogantes:1. ¿Qué tipo de información debe emplearse para desarrollar un buen diagnóstico sectorial?
2. ¿Una vez realizado el diagnóstico, qué papel debe desempeñar el gestor de Mercados?
3. ¿Cuál o cuáles son los insumos que requiere un gestor de mercados para poder realizar un diagnóstico acertado de un sector de la economía?
4. ¿Cuáles son las fuentes primarias de información a las que debe recurrir un investigador para realizar un diagnóstico al sector primario de la economía? (Citar mínimo 5)
5. ¿Cuáles son las fuentes primarias de información a las que debe recurrir un investigador para realizar un diagnóstico al sector secundario de la economía? (Citar mínimo 5)
6. ¿Cuáles son las fuentes primarias de información a las que debe recurrir un investigador para realizar un diagnóstico al sector terciario de la economía? (Citar mínimo 5)
7. Citar 5 fuentes de información secundaria que puedan apoyar la elaboración de un diagnóstico a los 3 sectores de la economía.
8. ¿Cuál es la relación sujeto – objeto que se plantea en la realización de un diagnóstico?

**Recomendación:**Es importante que complemente la información del Foro con la respuesta a cada uno de los interrogantes anteriormente planteados. |
| * 1. **Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.)**

Evidencia 2: Actividad individual “Clasificación de fuentes de información”, para el desarrollo de esta actividad se montara en plataforma una prueba en la que cada aprendiz deberá clasificar 10 diferentes tipos de fuentes de información para un adecuado diagnóstico sectorial. |
| * 1. **Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).**

**Evidencia 3:** Se les enviara el link <http://youtu.be/snlXzZQagw4?list=UUtUu8CUu97d0Wt-mWiCYcqA> que representa la simulación de un caso empresarial en dónde el aprendiz deberá aplicar la comprensión sobre la aplicación de las diferentes variables que influyen en la realización de un buen diagnóstico empresarial (fuentes de información primarias y/o secundarias), datos internos y externos etc. para construir la Matriz DOFA y que le permitirá diseñar estrategias para capitalizar oportunidades que se encuentran en el entorno. |
|  **3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.****Evidencia 4:** “Resultado de casos”Para el desarrollo de esta Evidencia, cada aprendiz deberá socializar, en exposición frente al grupo, el resultado de las estrategias que se derivaron de la construcción de la Matriz DOFA, de acuerdo a la simulación del caso de la empresa (Productos S.A.S.)  |
| * 1. **Actividades de evaluación.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Evidencias de Aprendizaje** | **Criterios de Evaluación** | **Técnicas e Instrumentos de Evaluación** |
| **Evidencias de Conocimiento :****Evidencia 1:** Foro “Como realizar un diagnóstico en una comunidad”**Evidencias de Desempeño:****Evidencia 3:** Se les enviara el link <http://youtu.be/snlXzZQagw4?list=UUtUu8CUu97d0Wt-mWiCYcqA> que representa la simulación de un caso empresarial en dónde el aprendiz deberá aplicar la comprensión sobre la aplicación de las diferentes variables que influyen en la realización de un buen diagnóstico empresarial (fuentes de información primarias y/o secundarias), datos internos y externos etc. para construir la Matriz DOFA y que le permitirá diseñar estrategias para capitalizar oportunidades que se encuentran en el entorno.**Evidencias de Producto:****Evidencia 4:** socializar la información adquirida al grupo de aprendices, utilizando una presentación en power-point y/o prezi | • Utiliza fuentes de información de acuerdo a criterios de veracidad y pertinencia para la definición del proyecto de investigación.• Determina las fuentes de información necesarias para poder tener un diagnóstico real de la situación actual de esa empresa en su mercado.• Evalúa la información desde diferentes perspectivas aplicando las metodologías, técnicas y herramientas de diagnóstico para la identificación y evaluación de situaciones del mercado de acuerdo con los objetivos de la empresa. • Identifica variables de mercadeo y de la empresa que arrojen información relacionada con el fin de establecer indicadores y estándares de gestión de las acciones para evaluar los resultados propuestos en el plan de mercadeo. • Relaciona variables de mercadeo que planteen resultados medibles, mediante la aplicación de razones y proporciones y de acuerdo con objetivos y metas de mercadeo establecidas en el plan. | S. C.= Simulación de Casos empresariales en los que se requiera la realización de un diagnóstico.E. P. = Evaluaciones sobre principios y conceptos que se montan en la plataforma.T.C. = Trabajo de Campo, actividades que se desarrollaran en escenarios externos para aplicar las variables que permiten medir el mercado. |

 |

1. **RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ACTIVIDADES DEL PROYECTO**  | **DURACIÓN (Horas)** |  **Materiales de formación devolutivos: (Equipos/Herramientas)** | **Materiales de formación (consumibles)** | **Talento Humano (Instructores)** | **AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS** |
| **Descripción**  | **Cantidad** | **Descripción** | **Cantidad** | **Especialidad** | **Cantidad** | **ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva)** y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente  |
|   Análisis Situacional. | 74  | -Video Beam. | 1 | -Fotocopias |   | Instructor con especialización en Mercadeo | 3 | Aula de sistemas con computadores y con conexión a Internet  |
| -Marcadores borrables. | 6 (2 negros, 2 rojos y 2 azules) |
| -Papel Craft | 100 |
| -Cinta transparente. | 4 |
| -Borrador de Tablero  | 2 |

|  |
| --- |
| Fuentes de información.Diagnóstico.Mercado.Eficiencia.Eficacia.Efectividad.Sistema de Información de Mercadeo (SIM).Participación.Crecimiento.Cobertura. Matriz DOFA |

1. **GLOSARIO DE TERMINOS**
2. **REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS**

|  |
| --- |
| Philip kotler, Dirección de Mercadotecnia (última edición).Fred R. David, La Gerencia Estratégica. Pag 3 a la 17  |

Samuel Enrique Cardona Tamayo

Guillermo Betancur

1. **CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)**