PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del programa de formación: tecnologo en animación digital
- Código del programa de formación: 513601
- Nombre del proyecto (si es formación titulada): Divulgacion de la industria creativa en el quindio.
- Fase del proyecto (si es formación titulada): Evaluación
- Actividad de proyecto(si es formación titulada): Presentar la animación digital con los parámetros técnicos establecidos, donde se pueda evidenciar los diferentes procesos para su desarrollo, además plantear la estrategia de distribución de la misma.
- Competencia: Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
- Resultados de aprendizaje alcanzar: Valorar la propuesta de negocio conforme con su estructura y necesidades del sector productivo y social
- Duración de la guía: 6 horas

2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz, por medio de la presente guía, abordaremos los procesos necesarios para valorar las propuestas empresariales del caso, en cualquier tipo de sector al que pertenezca el proyecto. Es necesario identificar los parámetros y características de mercado al cual se adaptará la propuesta conforme el contexto actual y a los lineamientos del mercado objetivo.

Es importante conocer los procesos económicos y financieros de las propuestas establecidas, debido que el aprendiz Sena debe contar con las habilidades necesarias para desarrollar un modelo de negocio sostenible, minimizando los riesgos inherentes a la misma y evitar las inminentes quiebras que tienen los nuevos emprendedores. .

Es interés del SENA estimular su desarrollo integral, por lo cual aspectos relacionados con su esencia como ser humano son tomadas en consideración en condiciones de respeto, motivación y desafío con lo cual su ingreso o participación en la actividad productiva le resultará especialmente atractiva.

«Únicamente aquellos que se atreven a tener grandes fracasos, terminan consiguiendo grandes éxitos». Robert F. Kennedy

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividad de Reflexión Inicial

Antes de realizar la lectura de los contenidos de esta Actividad Aprendizaje, reflexione sobre las siguientes preguntas:

¿Por qué es importante identificar los problemas económicos que tienen las organizaciones?
¿Qué resultados se pueden alcanzar cuando se implementan estrategias económicas en la organización?
¿Por qué es importante la implementación de las tecnologías de la información en el servicio al cliente?
¿Qué beneficios trae para la organización la implementación de las tecnologías de la información en el servicio al cliente?
¿Para que se crean los indicadores de Gestión?

Conformar grupos de trabajo de 2 a 3 aprendices, los cuales van a trabajar en el desarrollo de esta guía de aprendizaje para desarrollar el resultado propuesto por la planeación pedagógica. Una vez conformados los grupos de trabajo y con las anteriores preguntas deben realizar un escrito para ser debatidas por los integrantes del grupo y ser socializadas en clase para retroalimentar los conceptos que se tiene de la temática.

Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

Establecer el precio de venta del producto o servicio a ofertar.

Se debe desarrollar el modelo previsto por el instructor para desarrollar el precio de venta final del producto o servicio, implementando los parámetros impositivos contables y demás indicadores financieros que sean requeridos para el desarrollo de la misma.

Ambiente Requerido: virtual

Materiales: computador, hojas o el requerido por el instructor.

FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de Apropiación: Identificar las muestras necesarias en la recoleccion de datos representativos del mercado.

Querido aprendiz, como ya se ha evidenciado en el trascurso de la unidad de estudio la importancia de la recolección de datos probabilísticos aleatorios simples, se ha identificado la magnitud en el seleccionar que tipo de muestra se debe implementar y cuantas unidades se necesitan para identificar las tendencias y nociones de un mercado seleccionado, contando con una probabilidad alta de acierto y un muy poco margen de error, los cuales deben ser representativos del universo muestral. Por lo que en esta actividad se requiere que el aprendiz realice un taller de muestras probabilísticas para identificar el nivel de percepción del mercado al que pertenecen aplicando las diversas fórmulas de muestreo probabilístico aleatorio simple.

Ambiente Requerido: virtual

Materiales: computador, hojas o el requerido por el instructor.

Ambiente Requerido: virtual.

Materiales: computador, modelo de excel requerido por el instructor.

Actividad de transferencia de conocimiento.

Nombre de la actividad: Presentar la viabilidad económica del proyecto.

Instrucciones para el desarrollo de esta actividad: Conforme a los lineamientos planteados por el instructor, se requiere que el aprendiz presente el modelo fianancierо previsto en formación, en el cual identifique si el proyecto a desarrollar es viable, implementando una proyección a 5 años conforme los indicadores macroeconómicos del mercado.

Posteriormente envía la evidencia por el medio establecido por el instructor y debe ser sustentado por medio de power point o prezzi en el ambiente virtual de formación.

Ambiente Requerido: virtual.

Materiales: computador, hojas o el requerido por el instructor.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACION

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento Propuesta física o digital de modelo viabilizacion de ideas	Construye propuestas empresariales y de negocio	GFPI-F-135 V01 Lista de chequeo

	teniendo en cuenta las necesidades y segmentación del mercado	Sustenacion por medio de power point

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS.

Assessment Center: Es una técnica que se utiliza para evaluar recursos y potenciales para la gestión, en la que se utilizan varias técnicas de evaluación, basándose en la búsqueda del potencial de las personas.

Ayudante: Empleado o empleada que presta ayuda a otra persona, pero con categoría inferior y bajo sus órdenes.

B2E (Bussiness to Employee): Comercio hacia los empleados, consiste en la venta a través del website corporativo, o desde las páginas de la Intranet de acceso restringido, a los empleados de una empresa o conjunto de las mismas.

Back Office: Área de las empresas en las que el personal no tiene contacto con los clientes y se dedica a tareas administrativas.

Balanced Scorecard: Cuadro de Mando Integral - Conjunto ordenado de indicadores que determinan la marcha de la empresa (emanan de la visión y la estrategia) al identificar cómo las personas crean valor desde las distintas unidades de negocio. Combina indicadores financieros tradicionales con otros de actuación que sirven de predictores.

Benchmarking: Es una evaluación comparativa que establece un punto de referencia a partir del cual se comparan de manera sistemática, los productos, servicios y métodos de una empresa con sus competidores. / También se puede definir como un proceso continuo y constante mediante el cual una organización analiza cómo otra organización realiza una función específica con el fin de mejorar su eficacia y eficiencia en una función igual o similar.

Benchmarking: Es una evaluación comparativa que establece un punto de referencia a partir del cual se comparan de manera sistemática, los productos, servicios y métodos de una empresa con sus competidores.

Best practices: Son las mejores prácticas utilizadas en la gestión de una organización.

Blended Learning: Es una mezcla de formación a distancia y presencial, también llamada semi-presencial.

Brainstorming: Término inglés que suele traducirse como “Lluvia de ideas” y que se utiliza para designar una técnica de grupo empleada en la investigación cualitativa. Básicamente consiste en la reunión de un pequeño grupo heterogéneo de 8-12 personas a las que se convoca para hallar ideas o soluciones nuevas sin ninguna restricción ni limitación. / Técnica creativa de obtención de información sobre un tema que el grupo desconoce, en el los participantes vierten lo primero que pasa por sus cabezas.

Burnout: El síndrome de "burnout", también llamado síndrome de "estar quemado" o de desgaste profesional, se considera como la fase avanzada del estrés profesional, y se produce cuando se desequilibran las expectativas en el ámbito profesional y la realidad del trabajo diario.

Business game: Técnica de simulación utilizada en la formación, en la que se forman varios equipos que compiten entre sí, representando cada uno a una empresa. Cada grupo se organiza por su cuenta (asignando tareas y cargos a sus miembros), recibiendo información completa sobre la situación y actividades de su empresa, con el objeto de tomar decisiones para solventar los problemas que se le presentan.

Barreras en la comunicación: Interfieren negativamente en nuestra comunicación interpersonal, y se hallan: EN EL EMISOR Y/O EL RECEPTOR. SÓLO EN EL EMISOR. EN EL CONTEXTO.

Base de datos (de empresas): Una base de datos consiste en un archivo organizado de información referido a empresas con las que se tiene relación comercial.

Boca a boca: Expresión utilizada para definir la información que se transmite verbalmente. Es, probablemente, el canal de comunicación más antiguo, eficaz y con menor coste que existe.

Boletines internos: Pueden ser impresos o mediante la proyección de vídeos.Sus objetivos son de información sobre las actividades internas y externas de la firma, formando activamente una "cultura de empresa".

Diagnostico Económico: Consiste en la descripción, evaluación y análisis de la situación actual y la trayectoria histórica de la realidad económica, política y social de un país, o de algún fenómeno o variable que se desea estudiar, por lo tanto, implica un conocimiento cuantitativo y cualitativo de la realidad existente y una apreciación de las posibles tendencias de los fenómenos, lo cual permite realizar proyecciones de las diversas restricciones técnicas y políticas sobre las que se desarrolla la economía, a fin de solucionarlas en el corto, mediano y largo plazos.

Clientes: "Públicos de una empresa que demandan sus bienes o servicios. Existen, básicamente, tres tipos de clientes: 1. Clientes propiamente dichos o primarios, que son aquellas personas físicas o jurídicas que adquieren directamente a la empresa los bienes y servicios que produce o distribuye y, por lo tanto, son conocidos por la misma, siendo identificables en algunos casos; pueden ser o no consumidores de los productos. 2. Clientes secundarios. Son personas físicas o jurídicas que adquieren los productos a través de los clientes primarios o incluso de otros secundarios que no son conocidos, ni por tanto identificables directamente, y que pueden ser o no consumidores. 3. Consumidores. Son aquellas personas que usan el producto, pudiendo ser clientes primarios o secundarios o no serlo. Generalmente, no son conocidos ni identificables directamente, aunque a través de acciones especiales de marketing directo o promocionales se puede llegar a identificarlos. // Programa que demanda servicios de otro ordenador llamado servidor y se hace cargo de la interacción necesaria con el usuario."

Medios Tecnológicos: Definición de recursos tecnológicos. Un recurso es un medio de cualquier clase que permite satisfacer una necesidad o conseguir aquello que se pretende. La tecnología, por su parte, hace referencia a las teorías y técnicas que posibilitan el aprovechamiento práctico del conocimiento científico.

Rentabilidad: En Economía, la rentabilidad hace referencia al beneficio, lucro, utilidad o ganancia que se ha obtenido de un recuso o dinero invertido. La rentabilidad se considera también como la remuneración recibida por el dinero invertido. En el mundo de las finanzas se conoce también como los dividendos percibidos de un capital invertido en un negocio o empresa. La rentabilidad puede ser representada en forma relativa (en porcentaje) o en forma absoluta (en valores).

Liquidez: La liquidez es la capacidad de la empresa de hacer frente a sus obligaciones de corto plazo. La liquidez se define como la capacidad que tiene una empresa para obtener dinero en efectivo. Es la proximidad de un activo a su conversión en dinero.

Satisfacción del cliente: Satisfacción que tiene un cliente con respecto a un producto que ha comprado o un servicio que ha recibido, cuándo éste ha cumplido o sobrepasado sus expectativas.

Segmentación de mercado: Acto y efecto de segmentar o dividir el mercado total que existe para un producto o servicio, en diferentes mercados homogéneos (conformados por un determinado tipo de consumidor con características similares) con el fin de poder elegir de entre dichos submercados resultantes, al más idóneo o atractivo para incursionar.

Telemarketing: Acto y efecto de promocionar o vender productos o servicios a través de medios de comunicación tales como el teléfono o el Internet.

Universo: Conjunto de elementos con características similares de los cuales se desea recoger información para realizar una investigación.

Usuario: Quien utiliza un producto o servicio, a diferencia de un cliente, un usuario, no necesariamente es quien ha adquirido el producto o el servicio.

Valor agregado (valor añadido): Característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio para darle un mayor valor, generalmente es una característica o servicio poco usual, o poco usada por los demás competidores, que le da al negocio o empresa cierta diferenciación.

Venta al contado: Se da cuando se vende un producto, y se cobra al momento de la transacción.

Venta al crédito: Se da cuando se vende un producto, y se acuerda cobrar a un plazo determinado, por ejemplo, a 30 días.

Ventaja competitiva: Ventaja en algún aspecto que tiene un negocio o empresa ante otros del mismo sector o mercado, que le permite tener cierta posición de liderazgo en dicho aspecto; un negocio puede, por ejemplo, tener ventaja competitiva en la atención el público, en sus costos, en la rapidez de su atención, en su distribución, en su infraestructura, en su localización, etc.

Venta personal: La venta personal hace referencia al acto de promocionar los productos de una empresa o negocio a través de un trato directo entre un vendedor y un cliente potencial. Se basa en una comunicación personal ya que va dirigida de una persona a otra, a diferencia de por ejemplo la publicidad, que utiliza una comunicación impersonal, ya que va dirigida a varias personas a la vez.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

- Reyes, Austín, (2000). Administración de Empresas: teoría y práctica, Mexico: Limusa, Noriega editores.
- Rodriguez, J. (2002), Administración de pequeñas y medianas empresas. 5 Ed. Mexico: Thompson.
- Thomas L. Wheelen. Hunger J. David, 2007. Administración estratégica y política de Negocios.
- http://economipedia.com/definiciones/rentabilidad-riesgo-y-liquidez.html
- https://www.gestion.org/gestion-financiera/instrumentos-financieros/25231/liquidez-riesgo-y-rentabilidad-financiera/
- https://www.mytriplea.com/blog/rentabilidad-riesgo-liquidez-claves-inversion/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Christian Orlando Sanchez Hernandez**	**Instructor**	**Centro de Comercio y Turismo regional Quindío.**	**4 de Febrero de 2021**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					