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): Análisis
- Actividad de proyecto(si es formación titulada): Realizar muestras: storyboards con base en el proyecto a anima a partir del la planeación y haciendo uso del audioframe para el número de cuadros y dibujos a elaborar.
- 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: Integrar elementos de la cultura emprendedora teniendo en cuenta el perfil personal y el contexto de desarrollo social
- Duración de la guía: 6 horas

2. PRESENTACIÓN

El programa de Emprendimiento Innovador que se pone a su disposición, fue diseñado con el objetivo de ofrecer al aprendiz una oportunidad de identificar los conceptos de cultura emprendedora al momento de identificar una oportunidad de negocio en los diversos nichos mercado, contando con los mecanismos para la identificación las innovaciones que caractericen el éxito del producto o servicio a desarrollar, sus requerimientos y necesidades por medio de interpretación tendencias globales y asi obtener un éxito al momento de generar un proceso de innovación.

En esta guía se plantean una serie de actividades, talleres y ejercicios de autoconocimiento para que usted, estimado y estimada aprendiz, logre descubrir sus capacidades y talentos, identificar aquellos aspectos de su vida que deben reestructurarse y las áreas que deben modificarse, con el fin de encauzar su comportamiento y llevarlo a construir un proyecto de vida enfocado a su contexto emprendedor.

"Mantente cerca de tus clientes. Tan cerca que seas tú el que les diga lo que necesitan mucho antes de que ellos se den cuenta de que lo necesitan." Steve Jobs

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividad de Reflexión Inicial

Para el desarrollo de esta actividad debe identificar los conceptos descritos por el instructor acerca de la planaeacion estratégica personal a corto y largo plazo y establecer los siguientes enunaciados:

- Escriba su misión y visión personal
- Defina tres objetivos de corto plazo (menos de 1 año), en las áreas: profesional, personal y académica.
- Los objetivos debes estar alineados con su Misión y Visión personal.
- Se elegirán 4 aprendices al azar para la socialización

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

Actividad: Nombre de la actividad: Identificar si tiene madera de empresario.

Instrucciones para el desarrollo de las actividad:
Según el siguiente taller autoevalúe si TIENE USTED 'MADERA' DE EMPRESARIO"
Mida su cociente Empresarial.
Si quiere saberlo, califíquese de 0 a 5 en cada una de las siguientes afirmaciones (5 para las que reflejen exactamente su manera de ser, 0 para aquellas totalmente contrarias a lo que usted es; las demás calificaciones:1,2,3 y 4, para las situaciones intermedias).
Por favor, sea sincero con usted mismo.

1. Concilio mi cuenta bancaria tan pronto como el extracto mensual llega?	
2. Gané dinero por mis propios medios antes que tuviera 10 años?	
3. Tomé parte en competencias deportivas y continúo haciéndolo?	
4. Recuerdo bien los nombres y los rostros de las personas?	
5. Fui bueno en las materias 'duras', como matemáticas y contabilidad?	
6. Me levanto temprano en la mañana y empiezo a trabajar?	
7. Tiendo a confiar en mis corazonadas, sin mucha información a la mano?	
8. Cierro tratos con un apretón de manos más que con contratos escritos?	

9. Apuesto a ‘grandes esperanzas’ más que a favoritos?	
10. Dedico considerablemente más tiempo a trabajar que a otras actividades?	
11. Generalmente hago lo que quiero	
12. Tengo tendencia a rebelarme contra la autoridad	
13. A veces me dicen terco(a)	
14. Me gusta tomar la iniciativa	
15. Con frecuencia, me gusta estar solo	
16. Frecuento gente que está en cargos importantes	
17. Me gusta asumir responsabilidades	
18. Tengo tendencia a enfrentar las dificultades	
19. Me encanta estar al frente de lo que pasa	
20. Considero que mi libertad e independencia es muy valiosa	
21. Soy tenaz	
22. Siempre termino lo que comienzo, así implique mucho trabajo	
23. Soy capaz de trabajar todo el tiempo necesario para terminar un proyecto	
24. Cuando tengo un proyecto en mente necesito dormir menos	
25. Aún si es desagradable, hago lo que tengo que hacer	
26. Tengo buena capacidad de concentración	
27. Cuando deseo hacer algo, puedo prever las consecuencias	
28. Pongo en práctica las buenas decisiones	
29. Trato de comprender mis errores y sacarles partido	
30. Tengo muchos deseos de triunfar	
31. Tengo la habilidad de encontrar soluciones a los problemas	
32. Mis problemas los convierto en oportunidades	
33. Tengo ideas innovadoras	
34. Tengo buena capacidad de adaptación	

35. Soy curioso(a)	
36. Soy bastante intuitivo(a)	
37. Soy capaz de utilizar objetos comunes de manera original	
38. Me gustan las ideas nuevas	
39. Tengo mucha imaginación	
40. Intento hacer las cosas de manera diferente	
41. Cuando me decido a hacer algo, nada me detiene	
42. Intento hasta lo imposible	
43. Soy capaz de hacer sacrificios si veo una recompensa en al largo plazo	
44. Tengo agallas	
45. Soy ‘echado para adelante”	
46. Estoy motivado(a)	
47. Soy perseverante	
48. Soy optimista	
49. Soy responsable	
50. Soy ambicioso(a)	
51. Tengo la impresión de que, si no asumo el riesgo, me voy a anquilosar	
52. Me gusta descubrir cosas nuevas y originales para hacer	
53. Adoro la aventura	
54. Vivo la vida con mucha intensidad	
55. Aprovecho las oportunidades	
56. Asumo riesgos para tener mayores probabilidades de salir adelante	
57. Estoy dispuesto(a) a mover cielo y tierra por algo en lo que creo	
58. Apoyo una buena idea, así no tenga garantía de éxito	
59. Estoy dispuesto a enfrentar el fracaso, para saber de qué tanto soy capaz	
60. Por aprender algo nuevo, estudio cosas muy ajenas a mi carrera	

61. Me quiero a mi mismo	
62. Me considero emocionalmente estable	
63. Tengo seguridad en mí mismo	
64. Puedo afrontar cualquier situación	
65. Soy un(a) luchador(a)	
66. Creo en mi mismo(a)	
67. No importa lo que venga siempre soy dueño(a) de la situación	
68. Acepto gustoso(a) un cumplido	
69. Acepto los retos	
70. Siento lo que puedo contribuir al bienestar del país	
TOTAL	

Para un Total de 350 puntos posibles.

Entre 350 y 250: Muy buena su madera de Emprendedor.

Con base en lo anterior, socialice los conceptos requeridos previamente, para el cumplimiento de sus metas.

Ambiente Requerido: virtual

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

FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de Apropiación:

- Los aprendices realizaran la lectura del material de apoyo “Caso Disney”, posteriormente, se deberá socializar a través de la actividad asignada por el instructor. (20 min)

- Paso No. 1. Estudiemos la lectura del caso DISNEY, la cual es suministrada por el instructor, en el cual identificaremos en conjunto las principales falencias en la investigación que se realizó al construir el nuevo parque temático Disney Paris, el cual no tubo los resultados esperados desde su etapa de creación.
- Paso No. 2. Establezca los siguientes parámetros en un padle virtual.

1. Errores Gastronómicos.
2. Errores Laborales.
3. Errores Culturales.

4. Errores Gremiales.
5. Recomendaciones.
6. Si el caso Disney se realizara en Colombia que recomendaciones realizaría.

Los dos pasos anteriormente descritos se socializarán en el ambiente virtual, la cual se requerirá participación de todos los aprendices.

Actividad de transferencia de conocimiento.

MODELO DE VIABILIZACION DE IDEAS DE NEGOCIO

Paso No. 1. Identificar lo que es planeación estratégica empresarial, determinando los aspectos mas relevantes en la vida empresarial de cada uno de los proyectos y el como el conocer las instituciones refleja el primer paso de emprendimiento.

Paso No. 2. Buscar 5 ideas de negocios que desee implementar, aplique la caracterización de generación de ideas de mercados e identifique su mejor idea de negocio.

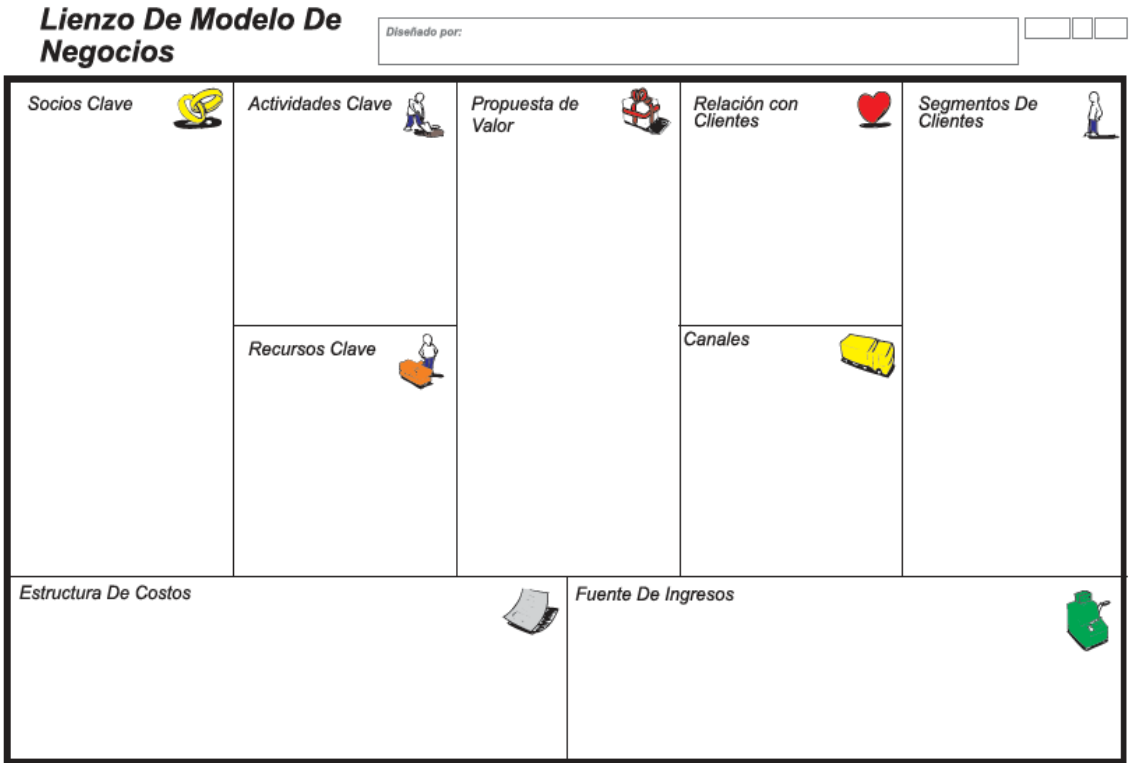
Ambiente Requerido: virtual.

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

Actividad de transferencia de conocimiento.

Nombre de la actividad: Desarrollar modelo CANVAS de modelo de negocio.

Instrucciones para el desarrollo de esta actividad: Determinar en las ideas viabilizadas previamente según un lienzo modelo CANVAS, el cual será socializado previamente por el instructor, para desarrollado por los grupos e ir adicionando las ideas innovadoras.



Posteriormente envía la evidencia por el medio establecido por el instructor.

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 árbol de problemas y diagrama causa efecto de la idea emprendedora.	Determina el impacto del plan de negocio conforme con las atribuciones y dinámicas del sector productivo	Formulación de preguntas. Lista de chequeo.

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.	14 de Mayo de 2021

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					