PROCESO GESTION DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Tecnólogo en Procesamiento de Alimentos
- Código del Programa de Formación: 921321
- Nombre del Proyecto:
- Fase del Proyecto: Evaluación
- Actividad de Proyecto: Validar la ejecución del sistema productivo en el procesamiento de alimentos
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: Realizar actividades administrativas y de mercadeo en empresas agroindustriales según política empresarial.
- Duración de la Guía: 40 horas

2. PRESENTACIÓN



La presente guía aborda temas fundamentales que debe conocer todo emprendedor, y que son complemento de los tópicos relacionados con la generación de proyectos y puesta en marcha de nuevas empresas.

El Mercadeo, es la función dentro de la empresa que tiene como rol identificar tanto necesidades como deseos de consumidores y/o clientes, determinar mercados, diseñar productos y servicios que generen cadenas de valor hacia estos consumidores y clientes, mediante una relación sostenible y duradera, que le aseguren rentabilidad a la empresa. Los conocimientos de Mercadeo son fundamentales para cualquier emprendedor, administrador o gerente que se relacione con el proceso de funcionamiento de una empresa y que aspire a desempeñarse exitosamente en un ambiente de negocio como el actual, globalizado, con consumidores y/o clientes exigentes, muy bien informados y con un nivel alto de competencia. Por tal motivo el Resultado de Aprendizaje "*Realizar actividades administrativas y de mercadeo en empresas agroindustriales según política empresarial*" está incluida en la fase del proceso de aprendizaje SENA – EMPRESA como parte de la formación profesional integral del aprendiz.

Esta guía de aprendizaje dirigida al área de mercadeo, con el fin de proporcionar herramientas básicas para la toma de decisiones asertivas respecto a la definición, diseño y revisión del portafolio de productos y/o servicios, a través de conceptos mercadotécnicos y el estudio de casos reales y conocidos. Al finalizar este RA, los aprendices estarán en la capacidad de entender y afrontar decisiones referentes a la función de mercadeo, que generen valor de cara a consumidores y/o clientes y que, a su vez, estén alineados a los objetivos de la organización. El plan de evaluación está diseñado en función de lograr los objetivos del curso de manera integral, revisando continuamente los alcances obtenidos, de forma tal de validar y/o activar palancas para potenciar el aprendizaje de los aprendices.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial

De los siguientes videos:

Video 1: https://www.youtube.com/watch?v=MMOI6b3pW1Y
Video 2: https://www.youtube.com/watch?v=4LmLWpkUVYU

Responder las siguientes preguntas:

1. ¿Cuáles son los principales objetivos del mercadeo?
2. ¿Cuáles considera usted son las fallas que se cometen regularmente en los puntos de venta?
3. Mencione las diferentes etapas del plan de mercadeo

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

Por favor definir los siguientes conceptos:

- Proyecto
- Producto
- Mercado
- Oferta
- Demanda
- Competencia
- Proveedor
- Precio
- Plaza
- Plan estratégico de ventas y mercadeo

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

Actividad de Apropiación No 1: Lectura – video y Taller. Leer el documento "*Costos de Producción y Precio de Venta*", y revisar los videos de apoyo de la temática, para posteriormente aplicar dichos conceptos y ecuaciones para el respectivo taller / informe: determinar costos totales, costo unitario, precio de venta, margen de utilidad real.

Actividad de Apropiación No 2: Taller - Seleccione un producto de alguna de las plantas de producción del complejo de agroindustria; indique si este producto tiene algún componente innovador; ¿quiénes comprarían dicho producto?, ¿qué estrategia emplearía para vender el producto?

Actividad de Apropiación No 3: Taller – Defina los cuatro elementos del mercadeo para el producto seleccionado en el punto anterior: definición del producto, precio, atención y publicidad. Lo anterior de acuerdo al mercado al cual va dirigido su producto, y sus necesidades y preferencias.

Ambiente Requerido

Aulas cerradas para el desarrollo teórico de los temas

Materiales

Devolutivos: Video beam, computador, televisor y cable HDMI.

Consumibles: Guías de aprendizaje y talleres sobre resultado de aprendizaje, marcadores, borradores, papel, lápiz y lapicero.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Respuestas contextualizadas sobre los resultados de aprendizaje relacionados **Evidencias de Desempeño:** Observación directa de las operaciones realizadas durante la comercialización de los productos de Sena empresa **Evidencias de Producto:** Tabla de costos de producción para un producto de Sena empresa.	-Identifica los elementos básicos del mercadeo -Distingue los conceptos creatividad e innovación -Comprende los aspectos fundamentales del mercadeo -Conoce los conceptos de demanda, oferta, precio y comercialización. -Sabe realizar la segmentación del mercado para un producto especifico. -Determina los costos de producción, y el precio de venta de un producto.	**Técnica**: Preguntas escritas **Instrumento**: Cuestionario con preguntas relacionados con el tema desarrollado **Técnica**: Observación directa **Instrumento**: Lista de verificación **Técnica**: valoración del producto **Instrumento**: Lista de verificación

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Proyecto: Idea de una cosa que se piensa hacer y para la cual se establece un modo determinado y un conjunto de medios necesarios. Memoria o escrito donde se detalla el modo y conjunto de medios necesarios para llevar a cabo esa idea; especialmente el que recoge el diseño de una obra de ingeniería o arquitectura. Un proyecto es el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo. Estas actividades se encuentran interrelacionadas y se desarrollan de manera coordinada.

Planes: Un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra.

Empresa: Acción o tarea que entraña esfuerzo y trabajo. Entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de producción de actividades industriales o mercantiles o para la prestación de servicios.

Estratégica empresarial: conjunto de conceptos y lineamientos que utiliza la organización para sobrevivir y crecer, y para obtener productividad en el presente y asegurar su sustentabilidad en el futuro. La estrategia empresarial está conformada por las directrices estratégicas (la definición del negocio, la visión, la misión, la disciplina, los valores organizacionales), los objetivos estratégicos (con sus indicadores y metas) y los proyectos de mejora (con sus actividades de mejora). La estrategia empresarial contesta la pregunta ¿En qué soy diferente a los competidores?

Producción: Fabricación o elaboración de un producto mediante el trabajo. Conjunto de los productos que da la tierra naturalmente o de los que se elaboran en la industria.

Mercado: Es el lugar donde coinciden los clientes, los oferentes y los productos, actuales y potenciales.

Mercadeo: Conjunto de estrategias con las que se que una empresa busca llevar su producto a segmentos específicos del mercado, y mantenerse allí por muchos años. Más que vender, se busca que quien compre permanezca fiel a la marca y al producto.

Presupuesto: El presupuesto también es el cómputo anticipado del costo de una obra o de los gastos que implicará un determinado.

Gasto: Es un egreso o salida de dinero que una persona o empresa debe pagar para un artículo o por un servicio. Para un inquilino, por ejemplo, el alquiler es un gasto. Para un estudiante o los padres de familia, la matrícula escolar es un gasto. El comprar alimentos, ropa, muebles o un automóvil es también considerado un gasto. Un gasto es un costo que es "pagado" o "remitido" normalmente a cambio de algo de valor. Lo que pareciera costar mucho se considera "caro", mientras que lo que pareciera costar poco es "barato".

Entorno: El entorno empresarial hace referencia a los factores externos a la empresa que influyen en la empresa y que condicionan su actividad.

Unidad Productiva: Las unidades productivas son una oportunidad para generar espíritu emprendedor y empresarial a nivel de la población. Su perfeccionamiento apunta a desarrollar la cultura empresarial en comunidades ubicadas en el campo.

Empresa: Una empresa es una organización o institución dedicada a actividades que persiguen fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los clientes.

Necesidad: Falta, ausencia, carencia de algo vital. La necesidad humana es el estado en el que se siente la privación de algunos factores básicos.

Deseo: Expresión de las necesidades influidas por la cultura. El deseo consiste en anhelar productos o servicios que satisfacen las necesidades.

Producto: (Tangible/intangible): es todo aquello que puede ofrecerse para satisfacer una necesidad a un segmento objetivo de la población.

Venta: Intercambio entre un proveedor de un producto con sus clientes a cambio de dinero

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Pantoja, O. (2007). Plan de mercadeo/estrategias de comercialización.

de Negocio, P. (2007). Ser Empresario. Publicaciones Dinero SA Colombia.

Cáceres, Ivette., & Ortiz, Jennyfer. Taller gestión de mercadeo y ventas. Banco Interamericano de Desarrollo.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	GINA KATERINE ANDRADE MORENO	Instructor	SENA-LA GRANJA	02/02/2022

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					



