PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Emprendedor en gastronomia tipica rural
- **Código del Programa de Formación:** 66210582
- **Nombre del Proyecto:** N/A
- **Fase del Proyecto:** N/A
- **Actividad de Proyecto:** N/A
- **Competencia:** Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico
- **Resultados de Aprendizaje:** Aplicar el comportamiento emprendedor de acuerdo con referentes conceptuales y retos personales y productivos.
- **Duración de la Guía:** 16 Horas

2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz, bienvenido a este maravilloso mundo de aprendizaje que el SENA y el programa Sena Emprende Rural (SER) ofrece, mediante el cual tiene la posibilidad de aprender nuevos conceptos, aplicarlos a entorno de negocios rurales que estará en la capacidad de gestionar y desarrollar, y de incorporar actitudes que caracterizan a un emprendedor en aras de consolidar unidades productivas que sean sostenibles, con productos y/o servicios innovadores, que incorporen líneas de negocios verdes que permitan un encadenamiento productivo, de igual forma propende por desarrollar actividades encaminadas hacia la economía naranja las cuales combinan el talento, la creatividad, la tecnología y la cultura, fortaleciendo los saberes ancestrales y las prácticas del patrimonio cultural inmaterial, el cual se proyecta como el nuevo motor de crecimiento económico y de transformación social de Colombia.

Estimado aprendiz, en esta guía de aprendizaje denominada Guía A1: “identidad corporativa” del programa de formación **Emprendedor en Desarrollo de Proyectos Culturales**, se desarrollan conceptos asociados al conjunto de rasgos esenciales, valores y creencias, con los que se identifica una empresa o una unidad productiva, a través de los cuales define su identidad con un rasgo diferencial el cual se manifiesta en su imagen corporativa la cual la conforman tres elementos: primero el nombre, segundo un logotipo, isotipo, imagotipo o isologo, y tercero un eslogan, con lo cual se genera una imagen que podrán percibir nuestros clientes para reconocernos, además de establecer una filosofía en la que mediante la determinación de la misión, la visión y los valores corporativos se busquen estrategias en aras de construir un negocio rural sustentable, innovador y que genere empleo.

¡Bienvenido y muchos éxitos!

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Con el fin de desarrollar las diferentes actividades propuestas para el desarrollo de la presente guía, primero lea completamente el **Material de Formación E1** y posteriormente desarrolle el **Taller 1** que comprende las siguientes actividades:

- ✓ **Actividades de Reflexión inicial:**

Con el propósito de reflexionar sobre conocimientos previos que tiene sobre la identidad corporativa, se plantea tres preguntas de forma sencilla, las cuales se encuentran en la parte inicial del **Taller 1** en la sección **reflexión inicial**.

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

Con el fin de desarrollar esta segunda actividad se complementara en el mismo **Taller 1** en la sección **contextualización**, se complementa un cuestionario donde se selecciona la opción correcta, siguiendo las indicaciones que en el mismo aparece, teniendo en cuenta el Material de Formación E1 y el video denominado E1: Identidad Corporativa que podrá encontrar en YouTube en el enlace: https://www.youtube.com/watch?v=2dYUHtcpK6U

- ✓ **Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización):**

Para realizar esta sección de la actividad de aprendizaje, se responde a preguntas relacionadas con la imagen corporativa y la filosofía corporativa, donde desarrollara los conceptos adquiridos en esta temática, tener en cuenta los ejemplos del material de formación y el video denominado E1: Identidad Corporativa que podrá encontrar en YouTube en el enlace: https://www.youtube.com/watch?v=2dYUHtcpK6U

- ✓ **Actividades de transferencia de conocimiento:**

Para realizar la actividad de aprendizaje, continua con el **Taller 1** sección **transferencia del conocimiento,** con el fin de aplicar los conceptos aprendidos en el desarrollo de la identidad corporativa en su unidad producto, para lo cual se propondrá un nombre, una imagen que represente la unidad productiva y un eslogan, de igual forma se definirá una filosofía corporativa con la propuesta de la misión, la visión y los valores corporativos de nuestro emprendimiento de negocio rural o unidad productiva con el fin de construir una identidad corporativa que nos diferencia y que nos permita consolidar una marca para que nos reconozcan en la región. El Taller E4 una vez desarrollado se tomara foto para enviar al whatsapp o al correo del instructor como evidencia de su proceso de aprendizaje.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : Taller 1. (Contextualización) Dar respuesta al cuestionario de la actividad de reflexión y de contextualización en el desarrollo de la temática de identidad corporativa.	Identifica los conceptos para la generación de la identidad corporativa.	**Técnica de evaluación:** Formulación de preguntas. **Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo
Evidencias de Desempeño: Taller 1. (Apropiación). Desarrolla del cuestionario de ejercicios prácticos sobre identidad corporativa.	Desarrolla actividades que fomentan la creatividad e identifica los conceptos asociados a la identidad corporativa.	**Técnica de evaluación:** Formulación de preguntas. **Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo.
Evidencias de Producto: Taller 1. (Transferencia) Elaboración de la identidad corporativa para la unidad productiva.	Desarrolla un proceso creativo mediante la propuesta de la imagen corporativa y la filosofía corporativa para su unidad productiva.	**Técnica de evaluación:** Ejercicio práctico de elaboración de la imagen y la filosofía corporativa. **Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Eslogan:** Frase breve, expresiva y fácil de recordar, que se utiliza en publicidad comercial para dar a conocer una marca.
- **Filosofía corporativa:** se refiere al conjunto de ideas que se plantean con el fin de establecer la misión, visión, valores y estrategias para el óptimo funcionamiento de una organización o empresa.
- **Identidad corporativa:** es la representación o imagen conceptual que un espectador tiene de una organización o de una empresa, la imagen corporativa es una parte de la identidad corporativa que hace referencia a los aspectos visuales de dicha representación.
- **Imagen corporativa:** está relacionada con todos aquellos elementos gráficos y visuales propios de una empresa, es el sello a través del cual una empresa quiere ser identificada y distinguida entre el resto de compañías del sector.
- **Marca:** se entiende todo signo utilizado para distinguir en el mercado, productos, servicios, establecimientos industriales y comerciales

- **Misión:** es el conjunto de objetivos generales y principios de trabajos para avanzar en una organización, que se expresa por medio de una declaración, que resume la misión

empresarial en una sola frase, con el objetivo de comunicar la misión a todos los miembros de la organización.

- **Valores corporativos:** son elementos propios de cada negocio y corresponden a su cultura organizacional, es decir, a las características competitivas, condiciones del entorno y expectativas de sus grupos de interés.
- **Visión:** es un conjunto de ideas generales algunas, de ellas abstractas, que proveen el marco de referencia de lo que una empresa quiere y espera ver en el futuro, la visión señala el camino que permite a la alta gerencia establecer el rumbo para lograr el desarrollo especifico de la organización en el futuro.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

- Gallegos, A. (2020). Que es la imagen corporativa de una empresa. Consultado junio de 2020, en https://www.adrianagallegos.es/que-es-la-identidad- corporativa/
- Baetica (2020). Manual de identidad corporativa: que es y por qué lo necesitas. Consultado junio de 2020, en https://baetica.es/manual-de-identidad- corporativa-que-es-y-por-que-lo-necesitas/
- Useit (2020). Naming, la importancia del nombre. Consultado junio de 2020, en https://www.useit.es/blog/naming-la-importancia-del-nombre
- Baltazar, M. (2019). La guía completa del Slogan: ¡aprende cómo crear uno para tu empresa y conoce los más creativos ya hechos!. Consultado junio de 2020, en https://rockcontent.com/es/blog/slogan/
- Samsing, C. (2019). 17 ejemplos inspiradores de misión, visión y valores de empresas. Consultado junio de 2020, en https://blog.hubspot.es/marketing/mision-vision- valores-ejemplos

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Johan Rivera Caicedo**	**Instructor**	**Programa Sena Emprende Rural - SER**	**25/06/2022**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					