PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA 2 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** (si es formación Titulada): N/A
- **Fase del Proyecto** (si es formación Titulada): N/A
- **Actividad de Proyecto** (si es formación Titulada): N/A
- **Competencia:** Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales
- **Resultados de Aprendizaje:**
- EMPLEAR CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA SEGÚN ESTRATEGIA EMPRENDEDORA**.**

- RELACIONAR LA IMPORTANCIA DE LA NEGOCIACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO SEGÚN LAS NECESIDADES Y ELEMENTOS DE LA NEGOCIACIÓN.
- Duración de la Guía: 20 horas



2. PRESENTACIÓN

Aprendiz, recuerde el programa de formación emprendedor en elaboración de accesorios artesanales, se crea para desarrollar en el aprendiz competencias y conocimientos técnicos requeridos para la elaboración de productos de esta índole y brindar así una mayor competitividad de los emprendedores en el sector agroindustrial. Además, recordemos que el trabajo en grupo nos hace más fuertes para lograr los objetivos propuestos y así como grupo emprendedor lograr la meta.



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

1. MODULO EMPRENDIMIENTO

a. **Objetivos:** concientizar a los aprendices de su nuevo rol de emprendedores y sentar las bases de su empresa adoptando la identidad organizacional.
b. **Duración del módulo**: 20 Horas
c. **Temas incluidos en el módulo**:
   I. Definiciónde marca, eslogan y logotipo
   II. Definiciónde la misión, visión y objetivos de la empresa.
   III. Definición y características (asesoría) de tipos de empresa que aplicarían al modelo: asociaciones, cooperativas y SAS
d. Resultados esperados:
   I. Que los aprendices generen la marca, eslogan y logotipo (bosquejo) de su propia empresa
   II. Que los aprendices decidan el tipo de empresa a constituir y sepan la normatividad requerida para hacerlo
   III. Que los aprendices empiecen a trabajar en los requerimientos para constituir y registrar legalmente su unidad productiva
   IV. Que los aprendices entreguen la documentación que incluye la visión, misión y objetivos de la empresa.
e. Actividades por realizar:
   I. Proponemos realizar abrir cada sesión con una actividad lúdica que despierte el lado creativo e innovador de los aprendices.
   II. Lluvia de ideas para escoger el nombre, eslogan y logo.

III. Ejemplos gráficosde logos y eslogan.

IV. Actividades grupales para generar visión, misión y objetivos.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: **Evidencias de Desempeño**	IDENTIFICA EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES DE ACUERDO CON PROBLEMAS DE LA COTIDIANIDAD. APLICA EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES SEGÚN IDENTIFICACIÓN DE	**Lista de chequeo** **Lista de chequeo**
Evidencias de Producto:	RIESGOS Y ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN. APROPIA EL CONCEPTO DE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN SEGÚN SOLUCIÓN DE DESAFÍOS. APLICA LA CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA SEGÚN RETO DE INNOVACIÓN. SUSTENTA EL PLAN DE ACCIÓN TENIENDO EN CUENTA LOS ELEMENTOS DE UNA ESTRATEGIA EMPRENDEDORA.	**Lista de chequeo**

2. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Emprendimiento:** El emprendimiento es el proceso de diseñar, lanzar y administrar un nuevo negocio, que generalmente comienza como una pequeña empresa o startup, ofreciendo a la venta un producto, servicio o proceso.

- **Líder:** El líder es un estratega, emprendedor, motivador y facilitador, teniendo siempre en vistas los objetivos propuestos. Debe tener capacidad de mando y de conducción de grupos, empatía, y facilidad de comunicación y diálogo.
- **Oferta:** En economía, se define la oferta como aquella propiedad dispuesta para ser enajenada a cambio de un precio. Cuando las condiciones de mercado vienen caracterizadas por el precio en conjunto de todos los pares de precio de mercado y oferta, forman la llamada curva de oferta.
- **Segmentación del mercado:** La segmentación de mercado divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas
- **Segmentación:** Se conoce como segmentación al acto y consecuencia de segmentar (es decir, de dividir o formar segmentos o porciones) Es posible hablar de la segmentación de mercado, por ejemplo, para nombrar a la división de éste en conjuntos más pequeños cuyos integrantes comparten determinadas características y requerimientos.
- **Demanda**: El término demanda, se refiere a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico. Oferta, hace referencia a la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo unas determinadas condiciones.
- **Demográfico:** El análisis de crecimiento poblacional o de crecimiento demográfico es el cambio en la población en un cierto plazo, y puede ser cuantificado como el cambio en el número de individuos en una población por unidad de tiempo para su medición
- **producto:** En mercadotecnia, un producto es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo. El producto es uno de los componentes estructurales de la mezcla de mercadotecnia.
- **Promoción de ventas :** La promoción de ventas es una variable de la mezcla de promoción, consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio.
- **Liderazgo empresarial:** El liderazgo empresarial es detentado por aquel directivo o gerente de la empresa que logra captar la voluntad de sus empleados para que estos se vean compenetrados con el rumbo de la empresa y acepten sus directivas, consejos, sugerencias, de buen grado, reconociendo en él la capacidad de mando y la competencia
- **Recursos de operación:** Los recursos de una empresa son todos aquellos factores que proveen a una organización de los medios necesarios para realizar su actividad. Estos factores pueden ser de cualquier tipo: personas, maquinaria, dinero, una tecnología concreta, entre otros.

3. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Material propio sobre marca, logotipo y eslogan

https://www.crecenegocios.com/marca/
https://www.crecenegocios.com/eslogan/

https://www.crecenegocios.com/logotipo/

https://economipedia.com/definiciones/mision-de-una-empresa.html

https://www.crecenegocios.com/la-vision-de-una-empresa/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)				

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fech a	Razón del Cambio
Autor (es)	**Fabian Castillo Cepeda**	**Instructor**	**Coordinacion academica**	**07/09/2021**	**Cambio de dinámica de abordamiento de las tematicas**