PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE No 3

- **Denominación del Programa de Formación:** Técnico en Procesamiento de Información de Mercados.
- Código del Programa de Formación: 135400 versión 1

- **Nombre del Proyecto:** desarrollo de investigación de mercados en Mipymes y empresas didácticas
- Fase del Proyecto: análisis

- **Actividad de Proyecto**: Identificar el mercado objetivo de acuerdo con el objeto de la investigación de mercado
- **Competencia:** Encuestar personas según técnica de recolección y manual de encuestador

- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
  - ✓ Seleccionar el grupo objetivo según la segmentación de la investigación
  - ✓ Decodificar mensajes comunicativos en situaciones de la vida social y laboral, teniendo en cuenta el contexto de la comunicación

- **Duración de la Guía:** 48 Horas

2. PRESENTACIÓN

En la actualidad el concepto procesamiento de información de mercados tiene gran relevancia en lo personal, el estudio y la implementación para las empresas; desde esta perspectiva se busca mediante este técnico incorporar conocimientos, tendencias y herramientas que permitan al aprendiz recibir un conocimiento integral con altas calidades laborales y profesionales que contribuyan al desarrollo económico, social y tecnológico de su entorno y del país.

Basado en estas premisas, el SENA, como dinamizador de los procesos entre el sector productivo y la oferta laboral colombiana; presenta el técnico en Procesamiento de información de mercados; programa enfocado en el análisis del mercado, los tipos de investigación, encuestar personas y procesamiento datos, de acuerdo con las técnicas de investigación y tabulación, con el fin de presentar resultados, que faciliten la obtención de información útil en múltiples áreas de la empresa, la cual será necesaria para la realización del análisis de la situación actual de la organización, analizar el plan de mercadeo, formular planes de contingencia, que permitan minimizar efectos de posibles amenazas y/o aprovechar las nuevas oportunidades que ofrece el mercado para el análisis de un producto o servicio.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

SESIÓN EN LINEA 1

1. El instructor dará la bienvenida, haciendo una descripción del contenido de la guía de aprendizaje y concertando el plan de trabajo.

2. **ACTVIDAD DE REFLEXION:** Con la visualización del siguiente video **https://www.youtube.com/watch?v=hXGjI8G_RZ4** contestar las siguientes preguntas en el FORO credo en la plataforma de Territorio:

    - En sus palabras, diga en qué consiste el procesamiento de la información
    - Mediante un ejemplo diga como aplicaría el procesamiento de la información a su vida personal o de estudios.

3. **Actividad 1:** Identificación de saberes previos a partir de las siguientes preguntas a través de la herramienta virtual www.educaplay.com (Actividad realizada durante la sesión en línea) conocer que conceptos tiene el aprendiz frente al nuevo tema:

    Crucigrama: **https://es.educaplay.com/recursos-educativos/6540188-marketing.html**

    a. ¿Qué es el marketing de contenidos?
    b. ¿Qué es el posicionamiento?
    c. ¿Como se llama la acción en mercadeo?
    d. ¿Quién es el Padre de la mercadotecnia?
    e. ¿Qué es el producto?
    f. ¿Qué es el precio?
    g. A que se le denomina competencia
    h. En que consiste el marketing mix
    i. ¿A qué se le llama segmentación?
    j. ¿A qué se le conoce como publicidad?
    k. ¿A qué se le llama táctica?
    l. En que consiste el marketing digital

    Evidencia: Participación en el foro de discusión disponible en la plataforma

    - Ambiente Requerido: Virtualidad
    - Materiales: Celular, computador, internet

    Materiales y recursos: link de educaplay, dispositivo móvil o computador, cuaderno, lápiz, conexión a wifi o plan de datos.

SESION EN LINEA 2 Conceptos de mercadeo

4. Socialización por parte del instructor acerca de los conceptos y generalidades del mercadeo e identificación de conceptos como: publico – grupo objetivo – cliente – consumidor - mercado – producto – servicio – establecimiento comercial.

Material: Presentación 1. Conceptos y generalidades del mercadeo.pptx /

5. **Actividad lúdica:** Mediante la siguiente actividad se realizará una retroalimentación de los conceptos vistos en la presentación 1 explicada por la instructora. Para implementar esta actividad se utilizará la plataforma WORDWALL para ejecutar el ejercicio.

https://wordwall.net/resource/12054203/cartas-mercadeo

6. **Actividad 2:** Realizar del libro INVESTIGACION DE MERCADO de la Autora Sara Catalina Forero ECOE ediciones 2017, PAG: 39 a la 62 La lectura sobre "**ANALISIS DEL ENTORNO DEL MARKETING"** crear un mapa mental y consultar la siguiente terminología:

Listado de palabras: análisis del entorno – empresa – clientes – públicos -variables controlables – situación demográfica – situación del medio ambiente – la competencia -

Para realizar la siguiente actividad el aprendiz debe ir a la URL: http://www.ebooks7-24.com.bdigital.sena.edu.co/?il=5045
Una vez realizada la actividad subir a plataforma en formato pdf hacer la consulta y tomar pantallazos desde su cuaderno; subir como evidencia 2 de la guía 3 denominada identificar el mercado objetivo.

Evidencia: Creacion del mapa mental y consultar terminologia

Ambiente Requerido: Virtualidad

Materiales y recursos: URL : http://www.ebooks7-24.com.bdigital.sena.edu.co/?il=5045
libro INVESTIGACION DE MERCADO de la Autora Sara Catalina Forero ECOE ediciones 2017, PAG: 39 a la 62 La lectura sobre "**ANALISIS DEL ENTORNO DEL MARKETING"** , dispositivo móvil o computador, cuaderno, lápiz, conexión a wifi o plan de datos.Prsentacion 1 conceptos y gerealidades del mercadeo.

SESION EN LINEA 3 Mezclas del mercadeo

7. invitamos a que observar el siguiente video https://www.youtube.com/watch?v=-EeWCwBs8Ro socializar ante los compañeros, para dinamizar esta actividad utilizaremos la ruleta para escoger una persona al zar y hacer el ejercicio más participativo.

https://wordwall.net/resource/19201115/copy-of-mercadeo (al abrir la ruleta puede cambiar los nombres según el grupo).

Actividad 3: Con los conceptos aprendidos realizar un ensayo en el que justifique***: ¿porque es importante la investigación de mercados para la empresa u organización?*** Como mínimo debe realizar una hoja completa en computador o en hojas en blanco, con portada, introducción y conclusión al final; tomar una foto del trabajo o enviar en formato pdf y enviar al whasatapp de la instructora y montarlo en la plataforma como evidencia 3 de la guía 3 de procesamiento.

Evidencia: Ensayo con Lista de chequeo Portada, introducción, conclusiones y bibliografía

Ambiente Requerido: Virtualidad

Materiales y recursos: Video de you tobe, plataforma wordwall , dispositivo móvil o computador, cuaderno, lápiz, conexión a wifi o plan de datos.

8. Presentación y explicación magistral por parte del instructor sobre el tema **mezclas del mercado** se utilizará como apoyo al tema un documento digital denominado Mezclas del mercadeo https://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/funda_mercadeo/contenido_u3.pdf donde cada aprendiz identificara cuales son las mezclas a su idea de negocio.

   Material: Presentación 2 mezclas **del mercado**.ppt.

   Actividad lúdica: Vamos a retroalimentar los conceptos adquiridos durante la clase mediante la dinámica el ahorcado el instructor da pistas una palabra o concepto y los aprendices decifran antes de ser ahorcados para esta actividad se apliara la plataforma

SESIÓN EN LINEA 4 Segmentación de mercados

Para dar inicio al tema de segmentación de mercados, se enviara una lectura digital para que cada aprendiz saque apuntes sobre el tema y los socialice en clase ante sus compañeros; como complemento se enviara via meet o whastapp un link sobre la presentación determinación del mercado meta para que sea visualizada por cada aprediz.

Presentación 3 https://prezi.com/rcirhzexsoxb/determinacion-del-mercado-meta/

Actividd 4: Por quipos de trabajo deben **l**lenar la plantilla denominada segmentación de mercados con los datos solicitados, enviar a plataforma en formato pdf si lo trabaja en computador o hacer pantallazso si es elaborado a mano. Esta actividad es en grupos por favor cada integrante debe subirla en forma individual a la plataforma evidencia 4 guia 3.

La instructora mediante la pizarra de meet visualizara como complemento al a la lectura y el video una presentación en diapositivas y en trabajo colaborativo con los aprendices se organizaran los conceptos generales del tema segmentación de mercaos y se sacaran las conclusiones pertinentes.

Se invita a los aprndices a realizar la siguiente actividad lucia como cierre del tema con esta actividad se motiva a que los aprendices participen y ganen puntos adicionales.

https://quizizz.com/admin/quiz/60f7769a3724b3001b83f944

Evidencia: Plantilla segmentación del mercado .

Ambiente Requerido: Virtualidad

Materiales y recursos: Documento en PDF Mezclas del mercadeo, presentación 3 determinacion del mercado en PREZZI, Plantilla de identificación mezclas del mercadeo en formato Word, lápices, reglas, colores, dispositivo móvil o computador, cuaderno, lápiz, conexión a wifi o plan de datos.

SESIÓN EN LÍNEA 5 Tipos de clientes

1. Presentación por parte del instructor tema tipos de clientes (conceptos y diferencia ente publico – target – cliente – consumidor – importancia la momento de tomar la desicon de compra y la razón de ser de las empresas) con apoyo a la presentacion la instructora enviara un link sobre un video relacionado con el tema: https://www.youtube.com/watch?v=tJcEDs4kyoc

2. Se observara mediante el siguiente video como ejemplo de ientificacion de clientes https://www.youtube.com/watch?v=xBDSZ0rm0w8,

3. la forma como se comportan y que carateristicas tienen; para esta actividad se le pide a cada aprendiz que mediante el siguiente cuestionario analice a cada uno:

   1. Que tipos de clientes e llamaron la atención ene l video?

   2. Ccn cual te eidentificas y por que?

   3. Diga tres cararcteristicas de e tipos de clientes que te gusten según el video

   4. Cual seria el tipo de cliente mas facil de investigar o analizar y por que?

   Actividad 5: Mediante la aplicación Pixton crear un avatar de cliente que según su punto de vista, es el ideal para realizarle una investigacion y por el cual vale la pena que la empresa u organización necesite crear el estudio. Enviar el avatar al whasatapp de la insructora y subir junto con la descripción del personaje a la plataforma evidencia 5 guia3.

Para esta actividad tener en cuenta la lista de chequeo:

- Avatar del cliente creado
- Colocarle un nombre
- Definir si es hombre o mujer o andrógeno
- Describir sus caracteriticas físicas, personales, psicológicas
- Analisis del personaje

Evidencia: Crear un avatar en pixtón con a descripción del personaje

Ambiente Requerido: Virtualidad

Materiales y recursos: Dos video de you tobe sobre tipos de clientes y ejemplos; plataforma pixtón, lápices, colores, dispositivo móvil o computador, cuaderno, lápiz, conexión a wifi o plan de datos.

SESIÓN EN LINEA 6 Investigación de mercados

1.Presentación por parte del instructor tema **Investigación de mercados** para la búsqueda de la información y puesta en marcha de la herramienta para recolectar datos e información.

Material: Presentación 4 **La investigación de mercados**.ppt.

2. Actividad 6: En grupos colaborativos van a realizar un mapa mental que permita identificar los conceptos, tipos de investigación y clasificación de la información para el **desarrollo de la investigación de mercados en mipymes y empresas didácticas de la región de Risaralda).**

Para esta actividad se deben trabajar en los equipos conformados desde el inicio de la formación, o individual si lo prefiere, utilizar una herramienta virtual para elaborar el mapa como **https://www.canva.com - *https://creately.com o de tu preferencia*** si no cuenta con acceso a internet lo puede realizar de forma manual en una hoja con colores dibujos o marcadores, una vez terminado subir pantallazos de la actividad a la plataforma como evidencia de este tema.

Material: internet – hojas – colores – internet

3. Actividad lúdica: Para afianzar los conceptos del tema anterior se utilizará la plataforma educaplay con una actividad creada sobre el tema de investigación de mercados. La URL para activar la actividad será:

https://es.educaplay.com/recursos-educativos/6591853-inv_de_mercados_martes.html

Evidencia: Mapa mental identificar los conceptos, tipos de investigación y clasificación de la información para el **desarrollo de la investigación de mercados en mipymes y empresas didácticas de la región de Risaralda).**

Ambiente Requerido: Virtualidad

Materiales y recursos: Presentacion 4 investigacion de mercado; plataforma Canva, aplicación educaplay, dispositivo móvil o computador, cuaderno, lápiz, conexión a wifi o plan de datos.

SESIÓN EN LINEA 7 conceptos de comunicación

1. Se inicia la sesión con dos videos de introducción sobre el tema de la comunicación se invita al aprendiz a observar los siguientes videos **"Que es la comunicación"**
https://www.youtube.com/watch?v=R533TMD1QOg y la comunicación asertiva
https://www.youtube.com/watch?v=ZgmSfdE2y-s

Explicacion magistral del tema mediante la pesentacion 5 Comunicación asertiva para recoger datos: Una vez terminados de visualizar los videos cada aprendiz en una hoja blanca o su cuaderno debe plasmar una frase o palabra que permita formar el concepto de comunicación; en conjunto con la instructora y mediante la pizarra virtual cada plasmara la información para concluir con el concepto de comunicación asertiva de esta primera parte de la sesión.

2. Actividad 7 : en grupos de 4 o parejas, realizar un comic utilizando la plataforma pixtón o en hojas utilizando la creatividad y el ingenio; demostrar mediante la historieta como realizaría el proceso de comunicación cuando va a entablar un dialogo con una persona a quien necesita hacerle una encuesta y recoger información para la investigación que usted está aplicando.

Material: internet – hojas –colores o plumones para pintar.

3. Actividad lúdica: Para refrescar los conceptos se enviará al chat de meet o por grupo de whasatapp link de la herramienta lúdica a implementar.

https://wordwall.net/resource/14844855/la-comunicacion

https://wordwall.net/resource/4766075/mercadeo

https://wordwall.net/resource/16799375/principios-basicos-de-la-comunicaci%C3%B2n

Evidencia: Realizar un comic medinate un histroriesta proceso de comunicación asertiva

Ambiente Requerido: Virtualidad

Materiales y recursos: Dos videos de you tobe – presentación 5 comunicación asertiva para recoger datos ppt, plataforma pixtón,aplicación wordwall, dispositivo móvil o computador, cuaderno, lápiz, conexión a wifi o plan de datos.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: 1. Crucigrama en educaplay (saberes previos.) 3. Ensayo - terminologia **Evidencias de Desempeño:** 2. Mapa mental, terminología 4. Plantilla de segmentación 6. Mapa mental identificar tipos de invesigacion **Evidencias de Producto:** **5.** Creacion del avatar 7. Realización del comic	IDENTIFICA PÚBLICO OBJETIVO SEGÚN PARÁMETROS DEL PLAN DE INVESTIGACIÓN VALIDA EL PERFIL DEL ENCUESTADO TENIENDO EN CUENTA EL SEGMENTO DEL MERCADO INTERPRETA EL PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DISPONE LOS ELEMENTOS DE APOYO TENIENDO EN CUENTA PROTOCOLOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN CONTRASTA EL NÚMERO DE INSTRUMENTOS CONTRA LA MUESTRA A PARTIR DEL PLAN DE RECOLECCIÓN INTERACTÚA CON EL ENTREVISTADO TENIENDO EN CUENTA CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN OBJETIVO DILIGENCIA EL INSTRUMENTO TENIENDO EN CUENTA PROTOCOLOS UTILIZA LENGUAJE TÉCNICO TENIENDO EN CUENTA PROTOCOLOS ON LINE APLICA EL CÓDIGO ÉTICO DEL ENCUESTADOR A PARTIR DE PROTOCOLOS	**Técnica:** Preguntas - informe **Instrumento:** Cuestionario **Técnica:** Mapas - plantilla **Instrumento:** Lista de chequeo. **Técnica**: Boceto – caricatura **Instrumento:** Lista de chequeo.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Análisis swot: (también conocido como foda) revisiòn general de las fortalezas (F) , oportunidades (o), debilidades (D) , y amenazas (A) de la empresa.

Bases de datos internas: Conjuntos de información de los consumidores y del mercado que se obtienen a partir de fuentes de datos existentes dentro de la red de la compañía.

clientes: la propia empresa, los proveedores, intermediarios de Marketing, mercados de clientes competidores y públicos.

Datos secundarios: Información que ya existe en algún lugar y que se recabó con otros propósitos.

Demanda: Deseos humanos respaldados por el poder de compra.

Mercados: Conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio.

Mercado meta: Conjunto de compradores que comparten necesidades o características y a quienes la

compañía decide atender.

Muestra: Segmento de la población que se selecciona en la investigación de mercados para que represente a toda la población.

Precio: Cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el bien o servicio.

Producto: Cualquier bien que se ofrezca a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, o que podría satisfacer un deseo o una necesidad.

Segmentación del mercado: División de un mercado en grupos más pequeños de compradores con necesidades, características, o comportamientos diferentes que podrían requerir estrategias o mezclas de marketing particulares.

9. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

- Investigación de mercado Sara Catalina Forero ECOE ediciones 2017
- Fundamentos de marketing de Philip Kotler y Gary Armstrong Edición 13 - Editorial Pearson
- Fundamentos de Marketing - Stanton, Etzel y Walker - Edición 14 - Editorial Mc Graw Hill

10. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Carmen Giraldo Sandra Palacio Yuvisa Gutiérrez	INSTRUCTORA	Centro comercio y servicios	Junio 2021