GUÍA DE APRENDIZAJE: 260101016-01-06-G

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE: Estructuración del plan estratégico de mercado

<table>
<tr><td>Programa de Formación:</td><td>Código: 621208
Versión: 1</td><td colspan="3">Especialización Tecnológica Estructuración del Plan Comercial.</td></tr>
<tr><td>Nombre del Proyecto:</td><td>Código:</td><td colspan="3">Estructuración del Plan Comercial según las necesidades del entorno empresarial.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Fase del proyecto:</td><td colspan="3">PLANEACIÓN</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Actividad (es) del proyecto:
Formular estrategias para el desarrollo del producto o servicio objeto de estudio.</td><td rowspan="2">Actividad (es) de aprendizaje:
• Realizar análisis de los materiales de formación y elaborar cómic sobre el tema: estructuración plan estratégico de mercadeo.
• Identificar, a partir del caso práctico: cafetería Vallecitos, la elaboración del plan estratégico de mercadeo.
• Participar en el foro temático, por medio de una pregunta problematizadora donde el aprendiz debe debatir con sus compañeros su punto de vista acerca del tema.
• Realizar un ensayo tomando</td><td rowspan="2">Ambiente virtual de aprendizaje</td><td>MATERIALES DE FORMACIÓN</td><td></td></tr>
<tr><td>DEVOLUTIVO (Herramienta - equipo).

No aplica.</td><td>CONSUMIBLE (unidades empleadas durante el programa).

No aplica.</td></tr>
</table>

	como referente la lectura acerca del resumen del libro *Estrategia del océano azul*, con el propósito de identificar las nuevas tendencias del mercado. • Realizar la estructuración del plan estratégico de mercadeo de la empresa objeto de estudio. • Resolver prueba interactiva y prueba de conocimiento sobre la estructuración del plan estratégico de mercadeo.			
Resultados de Aprendizaje: 26010101103 Ubicar mercados a partir del análisis de las variables del entorno organizacional y la idea seleccionada.	Competencia: 260101011: Determinar oportunidades de mercado de acuerdo con la situación y comportamiento de los entornos de la organización.	❖ Plataforma BlackBoard. ❖ Sistema de información. SenaSofíaPlus. ❖ Entorno Persona de Aprendizaje PLE - (Skype,	Equipo de cómputo con las herramientas ofimáticas requeridas para el programa.	

		correo electrónico, redes sociales, blog). ❖ Empresa objeto del proyecto formativo. ❖ Bibliotecas virtuales y presenciales, entorno social.		
Duración de la guía:		80 horas.		

2. INTRODUCCIÓN

Bienvenido a la guía de aprendizaje 6: **Estructuración del plan estratégico de mercado,** del programa de formación Especialización Tecnológica Estructuración del Plan Comercial.

El plan estratégico es un documento que contiene el direccionamiento de la organización teniendo en cuenta su presente y futuro, este documento es un apoyo para la dirección, el cual le permite planear sus objetivos a largo plazo e incluir a sus miembros de forma proyectada hacia el logro y cumplimiento de sus planes.

Es la estrategia por excelencia la que busca proyectar los productos o servicios al mercado de forma exitosa, creando las acciones a seguir en dirección del cumplimiento de los objetivos planteados. Para que una estrategia tenga el éxito esperado es indispensable coordinar a toda la organización en pro de ella, brindando claridad frente a la función a realizar por cada miembro.

Con el desarrollo de esta guía, los aprendices estarán en capacidad de formular estrategias para el desarrollo del producto o servicio objeto de estudio de su proyecto formativo, y de acuerdo con ello propondrán implementar un plan de acción que le permita a la empresa introducir al mercado sus productos o servicios.

La actividad preliminar al desarrollo de la formación requiere de la revisión detenida del material del programa de formación de la guía de aprendizaje 6: **Estructuración del plan estratégico de mercado,** de la exploración de los enlaces externos y de las respectivas consultas en Internet.

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial.

Las empresas actuales han tratado de pasar de la realización de actividades fortuitas a planearlas con anterioridad, basándose en proyecciones claras y bien estructuradas, buscando adelantarse a eventos que podrían generar inestabilidad e inclusive la quiebra por falta de una preparación previa, el mundo está en constante cambio y esta es una de las principales causas por las cuales las empresas no pueden dejar su futuro al azar.

Para iniciar su conocimiento acerca del proceso de desarrollo de nuevos productos y/o servicios, reflexione sobre el siguiente interrogante:

¿Considera que las organizaciones del sector aplican adecuadamente la planeación estratégica?

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

- Consulte el cronograma de actividades que se encuentra ubicado en el botón **Información del programa**, para conocer las acciones a realizar.
- Participe en la sesión de **Blackboard Collaborate** programada para socializar el contenido de la guía 6: **Estructuración del plan estratégico de mercado.** En este espacio podrá manifestar todas sus inquietudes con respecto al contenido de la guía, recibir orientación por parte del instructor y socializar con compañeros del grupo, respecto a las temáticas a desarrollar. En el botón **Información del programa.**
- Para continuar ejecutando su proyecto formativo, seguirá desarrollando las actividades propuestas por el tutor con el equipo colaborativo conformado inicialmente y en la empresa con que viene trabajando.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización.

3.3.1 Esta actividad de aprendizaje es individual y pretende ampliar los conocimientos

acerca del tema cómo estructurar un plan estratégico de mercadeo.

Para realizar esta actividad debe:

- Analizar el material de formación de la Actividad de aprendizaje 6: **Estructuración del plan estratégico de mercado,** ubicado en el botón **Materiales del programa.**

- Consultar el material de apoyo de la actividad de aprendizaje 6.

Una vez termine de documentarse debe entregar como evidencia lo siguiente:

- Un cómic, basándose en el material de formación de la actividad de aprendizaje 6: **Estructuración del plan estratégico de mercado**, donde relacione los conceptos vistos sobre el tema. En el botón **Materiales del programa** en la carpeta **Instructivos generales** encuentra el instructivo que le indicará cómo realizar un cómic.

Una vez resuelta la actividad, envíe el archivo utilizando la siguiente ruta:

- Botón Actividades de aprendizaje.
- Carpeta Proyecto estructuración del plan comercial según las necesidades del entorno empresarial.
- Carpeta Fase de planeación del proyecto.
- Carpeta Actividades de aprendizaje 6: **Estructuración del plan estratégico de mercado.**
- Ubicar en la carpeta en la carpeta el enlace de envío: **Cómic plan estratégico de mercadeo**.
- Enviar.

Nota: si al momento de enviar el archivo (Actividad), el sistema genera el error: **Archivo inválido**, es porque al adjuntar el archivo, este se encuentra abierto. Por lo tanto, debe cerrarlo y probar de nuevo: Adjuntar archivo en el botón Examinar mi equipo.

3.3.2 Esta actividad de aprendizaje es individual y pretende crear un punto de apoyo acerca de cómo se perciben las estrategias en la actualidad.

Para realizar esta actividad debe:

- Analizar el material de formación de la actividad de aprendizaje 6: **Estructuración del plan estratégico de mercado,** ubicado en el botón **Materiales del programa** y realizar lectura del resumen del libro La *estrategia*

del océano azul de W. Chan Kim y Renée Mauborgne**.**

- Consultar el material de apoyo de la actividad de aprendizaje 6.

Una vez termine de documentarse debe entregar como evidencia lo siguiente:

- Un ensayo, basándose en el material de formación de la actividad de aprendizaje 6: **Estructuración del plan estratégico de mercado**, que no supere 4 páginas y que contenga una introducción, desarrollo del tema y conclusiones. Este documento debe estar ajustados a los parámetros de las normas APA 6 ubicadas en la carpeta **Instructivos generales** del botón **Materiales del programa**.

Al resolver la actividad, envíe el archivo utilizando la siguiente ruta:

1. Botón Actividades de aprendizaje.
2. Carpeta Proyecto estructuración del plan comercial según las necesidades del entorno empresarial.
3. Carpeta Fase de planeación del proyecto.
4. Carpeta Actividad de aprendizaje 6: **Estructuración del plan estratégico de mercado.**
5. Ubicar en la carpeta el enlace **Ensayo estrategias del mercado.**
6. Enviar.

3.3.3 Esta actividad de aprendizaje es individual y pretende por medio de un caso práctico, demostrar los conocimientos que ha adquirido acerca de cómo estructurar un plan estratégico de mercadeo.

Para realizar esta actividad debe:

- Analizar el material de formación de la actividad de aprendizaje 6: **Estructuración del plan estratégico de mercado** que encuentra en el botón Materiales del programa.

- En la carpeta Materiales de apoyo encontrará documentos de diversos autores, que le permitirán profundizar acerca del tema.

Al terminar el análisis del material de formación, debe entregar como evidencia lo siguiente:

- Un documento con el plan estratégico de mercadeo. Ingrese al botón Actividades de aprendizaje y en la carpeta Actividad de aprendizaje 6, encontrará un documento llamado **Milena realiza plan comercial a la cafetería Vallecitos**, una vez haya leído el caso práctico realice el plan estratégico de mercadeo.

Al resolver la actividad, envíe el archivo utilizando la siguiente ruta:

1. Botón Actividades de aprendizaje.
2. Carpeta Proyecto estructuración del plan comercial según las necesidades del entorno empresarial.
3. Carpeta Fase de planeación del proyecto.
4. Carpeta Actividad de aprendizaje 6: **Estructuración del plan estratégico de mercado.**
5. Ubicar en la carpeta el enlace **Caso práctico Cafetería Vallecitos**.
6. Enviar.

Tenga en cuenta: el archivo requerido debe estar ajustado a los parámetros de las normas APA 6 ubicadas en la carpeta **Instructivos generales** del botón **Materiales complementarios.**

Nota: si al momento de enviar el archivo (Actividad), el sistema genera el error: Archivo Inválido, es porque en el momento que adjunto el archivo, este se encuentra abierto. Por lo tanto, debo cerrarlo y probar de nuevo: Adjuntar archivo en el botón Examinar mi equipo.

3.3.4 La siguiente prueba de conocimiento es individual se realiza con el fin de identificar los conocimientos adquiridos en el desarrollo de la actividad de aprendizaje 6.

Para realizar la prueba, estos son los pasos:

- Dé clic en el botón Actividades de aprendizaje.
- Dé clic en la carpeta Actividades de aprendizaje 6: **Estructuración del plan estratégico de mercado**.
- Finalmente dé clic en: Prueba de conocimiento 6.

3.3.5 La siguiente prueba de interactiva es individual y se realiza con el fin de afianzar los conocimientos adquiridos en el desarrollo de la actividad de aprendizaje 6.

Para realizar la prueba interactiva, estos son los pasos:

- Dé clic en el botón Actividades de aprendizaje.
- Dé clic en la carpeta Actividades de aprendizaje 6: **Estructuración del plan estratégico de mercado.**
- Finalmente dé clic en: Prueba interactiva 6.

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

3.4.1 Existen empresas que han logrado cambiar el paradigma y se han planteado ser diferentes, logrando éxitos inesperados. Es claro que el mercado está abierto para recibir nuevas propuestas que mejoren la calidad de vida, la cuestión está en arriesgarse con bases y claridad frente a lo que se propone sin dejar de mirar el horizonte empresarial como un oportunidad de negocio, siempre hay que recordar que todo lo nuevo y atractivo siempre tendrá posibilidades de éxito, hay que empezar por cambiar nuestra mentalidad, y ampliar nuestra visión hacia un mercado donde aún no todo está dicho.

- Esta actividad de aprendizaje es grupal y deben entregar un informe con la estructuración del plan estratégico de mercadeo para la empresa objeto de estudio; para tal fin tengan en cuenta la guía de orientación: **Plan estratégico de mercadeo empresa objeto de estudio**.

  - Ingresar al blog, ya creado, asignen un espacio que llamará **Plan estratégico de mercadeo empresa objeto de estudio** e ingresen la información recolectada.

Para enviar la actividad debe:

- Botón Actividades de aprendizaje.
- Carpeta Proyecto estructuración del plan comercial según las necesidades del entorno empresarial.
- Carpeta Fase de planeación del proyecto.
- Carpeta Actividades de aprendizaje 6: **Estructuración del plan estratégico de mercado**.
- Ubicar el enlace **Wiki: Plan estratégico de mercado empresa objeto de estudio**. Por ese espacio, entregar la dirección URL del blog.
- Enviar.

Solo un integrante del equipo colaborativo de trabajo enviará el archivo requerido, el cual debe estar ajustado a los parámetros de las normas APA 6 ubicadas en la carpeta **Instructivos generales** del botón **Materiales del programa**.

Además cada uno debe visitar los blogs de los compañeros y realizar comentarios con el propósito de enriquecer el proceso de formación.

3.4.2 El mercado se mueve cada vez más aceleradamente, llevando a las empresas a enfrentar retos mucho más grandes, los cuales son asumidos con estrategias que en muchas ocasiones generan una competencia agresiva en busca de obtener una posición de reconocimiento en el mercado. Una buena planeación orienta a la empresa a ser proactiva y visionaria, con un futuro prometedor.

¿Puede la planeación estratégica generar procesos reactivos para las organizaciones?

Participe de manera individual en el **Foro temático 6: Plan estratégico de mercadeo.**

Reflexione sobre las respuestas de sus compañeros y comparta sus comentarios en el espacio dispuesto en el botón Foros.

Tenga en cuenta que para dar los aportes pertinentes, es necesario revisar lo que han comentado sus compañeros con el fin de que su aporte sea significativo. Además debe leer la guía del buen uso de los foros que se encuentra en el botón**: Información del programa**.

3.4 Actividades de evaluación.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : ▪ Prueba de conocimiento. ▪ Prueba interactiva. **Evidencias de desempeño:** ▪ Participación en foro temático, por medio de una pregunta problematizadora. ▪ Actividad de estructuración plan estratégico de mercadeo de la empresa objeto de	✓ Diferencia los tipos de consumidores según la idea de producto o servicio seleccionada. ✓ Estudia el potencial de compra en los consumidores, según la idea de producto o servicio seleccionada.	Cuestionario en línea. Herramienta interactiva a través de la plataforma para valorar conocimientos. Rúbrica TIGRE para la valoración de la evidencia. Rúbrica de actividad para la valoración de la evidencia.

estudio. **Evidencias de producto:** ▪ Actividad cómic sobre plan estratégico de mercadeo. ▪ Actividad caso práctico Cafetería Vallecitos. ▪ Ensayo de la lectura del resumen del libro *Estrategia del océano azul.*	✓ Determina mercados potenciales tomando en cuenta la idea de producto o servicio seleccionada, las características del mercado y las expectativas de la organización. ✓ Analiza el comportamiento de la oferta y demanda en mercados potenciales a partir de la idea producto o servicio seleccionada, y las características del mercado.	Rúbrica de actividad para la valoración de la evidencia. Rúbrica de actividad para la valoración de la evidencia. Rúbrica de actividad para la valoración de la evidencia.

4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/Herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (Instructores)		AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	**ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva)** y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente
Formular estrategias para el desarrollo del producto o servicio objeto de estudio.	80.	No Aplica.	No Aplica.	No Aplica.	No Aplica.	Administrador de empresas.	1	Ambiente virtual de aprendizaje.

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Para consultar el glosario del programa diríjase al botón **Glosario**, ubicado en el menú principal del programa.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Ferrell, O.C. Hartline, M. Lucas. G. (2003) *Estrategia de marketing*. Segunda edición. México: Thomson.
Kotler, P. y Armstrong, G. (2008). *Principios de marketing*. Duodécima edición Madrid: Prentice.
Serna Gómez, H. Salazar Gómez, José. Salgado Pinilla, Javier. (2009). *Mercadeo estratégico teoría-metodología-herramientas*. Primera edición, Panamericana editorial Ltda.

Webgrafía
AcademiaViral.com. *La estrategia del océano azul.* (Fragmentos). Consultado en: http://www.academiaviral.com/libros/OceanoAzulResumen.pdf
Arango Muñoz, D. *Los diez pilares del mercadeo: cuando las cuatro P se quedan cortas.* Consultado en: http://revistapostgrado.eia.edu.co/Revista%20Edici%F3n%20N%BA.3/Soluciones%20N3%20art%2011.pdf
Gómez A. *Canales de distribución.* Consultado en: http://www.icesi.edu.co/ingenieria_industrial/cognos/images/stories/programacion_2010_1/canales%20de%20distribucin%20cognos.pdf
Mejía, C. *Las unidades estrategias de negocios* – UEN. Consultado en: http://www.planning.com.co/bd/archivos/Octubre2010.pdf
Professional Leadership Academy. *Marketing de negocios.* Consultado en: http://www.networkcem.com/pdfs/Marketing%20de%20Servicios.pdf
Sáez Vacas, F. García, O. y Rojo P. *Posicionamiento competitivo.* Consultado en: http://www.gsi.dit.upm.es/~fsaez/intl/capitulos/9%20-%20Posicionamiento%20%20competitivo.pdf

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
	Gloria Stella Rua Zapata.	Expertos temáticos.	Centro de Comercio – Regional Antioquia.	Abril 23 de 2014
	Nelson Vargas Romaña.			
	Martha Lucía Pérez Carvajal.			
	Santiago Castaño Vera.			
Revisión	Edward Abilio Luna Díaz.	Asesor pedagógico.	Centro de Diseño e Innovación Tecnológica Industrial –Regional Risaralda.	Abril 25 de 2014
	Luz Elena Montoya Rendón.	Líder Línea de Producción.		