PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: EMPRENDIMIENTO EN EL PROCESAMIENTO DE PRODUCTOS DE PANIFICACION
- Código del Programa de Formación: 63520000
- Nombre del Proyecto: ESTABLECIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS PARA EL PROCESAMIENTO DE PRODUCTOS DE PANIFICACIÓN EN EL ÁREA DE INFLUENCIA DEL CENTRO DE TECNOLOGIAS AGROINDUSTRIALES EN EL NORTE DEL VALLE
- Fase del Proyecto: COMERCIALIZACION
- Actividad de Proyecto: definir las estrategias de comercialización para los productos de panificación seleccionados.
- Competencia:
- "Elaborar masa de panificación de acuerdo con la guía de producción y normativasanitaria"
- Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales
- Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
- Costear los productos de panificación acorde con lineamientos de producción y de emprendimiento
- Relacionar la importancia de la negociación con el emprendimiento según las necesidades y elementos de la negociación.
- Formular modelo de negocio de acuerdo con herramientas de planeación estratégica
- Duración de la Guía: 40 horas

2. PRESENTACIÓN

¡Bienvenidos, aprendices! En la emocionante actividad de definir estrategias de comercialización para productos de panificación, descubrirás el arte de llevar deliciosos productos al mercado. Aprenderás a fusionar creatividad y análisis para destacar en un mundo competitivo. Desde identificar el público objetivo hasta diseñar tácticas promocionales, cada paso cuenta. Esta experiencia no solo ampliará tus conocimientos en marketing, sino que también te sumergirá en el fascinante universo de la panificación. ¡Prepárate para convertirte en un estratega de ventas, mientras exploras sabores y conquistas mercados!

¡Adelante, hagamos que el aroma del éxito inunde cada rincón!

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 ACTIVIDADES DE REFLEXIÓN INICIAL

De acuerdo a la experiencia cotidiana reflexione sobre las siguientes preguntas

¿Qué marcas de productos de panificación recuerdas y por qué?

3.2. ACTIVIDADES DE CONTEXTUALIZACION

De acuerdo con las actividades cotidianas y conocimientos
¿Cuales considera son las tendencias del mercado en cuanto a estrategias de comercialización de productos?

3.3 ACTIVIDADES DE APROPIACION
Determinar las lineas de producción de productos panificables , para el establecimiento de la unidad productiva.

Divide a los aprendices en grupos de 4 aprendices a un producto de panificación (por ejemplo, pan integral, pastelería gourmet, pan sin gluten etc). Determinen el mercado actual, el público objetivo, los competidores y las estrategias de comercialización utilizadas para ese producto en particular.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

COMERCIALIZAR PRODUCTOS Y SUB-PRODUCTOS DE PANIFICACION.

Realizar el proceso de comercialización de los productos de la unidad productiva de acuerdo a las estrategias definidas

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : **Evidencias de Desempeño:** **Evidencias de Producto:** **Listado de productos de la unidad productiva a comercializar con características como: precio de venta al publico,**	. VERIFICA LOS PRODUCTOS DE PANIFICACIÓN SEGÚN ORDEN DE PRODUCCIÓN Y VALORACIÓN SENSORIAL "SUSTENTA EL PLAN DE ACCIÓN TENIENDO EN CUENTA LOS ELEMENTOS DE UNA ESTRATEGIA EMPRENDEDORA." PLANTEA RETOS DE INNOVACIÓN DE ACUERDO CON POTENCIALIDADES DEL ENTORNO.	**Lista de chequeo de producto**

Reportes de ventas de la unidad productiva		

1. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Marcas: Identificaciones visuales, verbales o emocionales que representan productos, servicios o empresas y crean reconocimiento en el mercado.
Productos de panificación: Alimentos elaborados a base de masa o harina, como pan, pasteles, galletas, entre otros.
Estrategias de comercialización: Planes y acciones diseñados para promocionar y vender productos o servicios de manera efectiva en el mercado.
Opiniones: Puntos de vista o juicios personales sobre un tema o situación.
Recordar: Traer a la mente información o experiencias pasadas.
Industria de la panificación: El sector económico que se dedica a la producción y comercialización de productos de panificación.
Tendencias actuales: Patrones o direcciones prevalecientes en un momento específico en la industria o sociedad.
Estrategias exitosas: Enfoques que han demostrado ser efectivos en el logro de objetivos específicos.
Comercialización: Proceso de promoción, distribución y venta de productos o servicios.
Segmentación de mercado: División del mercado en grupos más pequeños y homogéneos con características y necesidades similares.
Público objetivo: Grupo específico de consumidores a los que se dirige un producto o mensaje de marketing.
Competidores: Otras empresas o marcas que ofrecen productos o servicios similares en el mismo mercado.
Investigación de mercado: Recopilación y análisis de información sobre el mercado y los consumidores.
Estrategia de comercialización: Plan detallado que define cómo se promocionará y venderá un producto o servicio.
Diseño de estrategia: Creación de un plan detallado que identifica los pasos y acciones para alcanzar objetivos específicos.
Canales de distribución: Medios utilizados para llevar un producto desde el fabricante al consumidor final.
Tácticas promocionales: Acciones específicas utilizadas para promocionar un producto o servicio, como publicidad, descuentos, etc.
Presentación: Exposición oral o visual de información ante un público.
Intercambio de ideas: Compartir y discutir pensamientos y conceptos entre personas.
Evaluación:
Informe: Documento que presenta información detallada sobre un tema específico.
Evaluación crítica: Análisis reflexivo y evaluación minuciosa de una idea, trabajo o estrategia.
Aspectos positivos: Elementos favorables o exitosos de una situación o concepto.
Mejoras sugeridas: Cambios o ajustes propuestos para hacer que algo sea más efectivo o eficiente.
Estrategia de comercialización: Plan detallado para promocionar y vender un producto o servicio.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Aleixandre, J. L. 1996. Procesos de Elaboración de Alimentos. Ed. U.P.V., Valencia.

Calvel, R. 1983. La Panadería Moderna. Ed. AméricaLee, Buenos Aires.

Calvel, R. 1994. El Sabor del Pan. Ed. Montagud, Barcelona

Madrid, A.; Cenzano, I. 2001. Nuevo Manual de Industrias Alimentarias. Ed. AMV-Mundi Prensa, Madrid.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Henry Oswaldo Diaz Lopez**	**Instructor agroindustria**	**Coordinación academica**	**julio 2023**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					