GUÍA DE APRENDIZAJE Nº 3

1. INTRODUCCIÓN

Estimado aprendiz, la lectura comprensiva de la actividad de aprendizaje 3**: Crear presupuesto de mercado, según el comportamiento del mercado,** del programa de formación **Cátedra virtual del pensamiento empresarial -Módulo I: Mentalidad empresarial**, le permite conocer el comportamiento del mercado como fuente inspiradora para la creación de productos innovadores y elaboración del presupuesto de promoción, el cual facilitará la comunicación efectiva con los consumidores o clientes, lo que conllevará a la venta.

La actividad de aprendizaje 3 integra conceptoas como: conocimiento, desempeño y producto para alcanzar el Resultado de Aprendizaje 3 (RAP 3): "**Elaborar presupuestos de promoción basados en el comportamiento del mercado**", al cual se le aplicará el criterio de evaluación "**Establece presupuesto de promoción fundamentados en el comportamiento del mercado".**

Disfrute esta experiencia de aprendizaje.

2. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Programa de Formación: Cátedra virtual de pensamiento empresarial –Módulo I: Mentalidad empresarial	**Código:** 11220130 **Versión:** 2
Resultados de Aprendizaje: Elaborar presupuesto de promoción basados en las dimensiones de tiempo y comportamiento del mercado.	**Competencia:** Desarrollar estrategias de promoción de ventas según plan estratégico y objetivos de mercadeo y ventas de la empresa.
Duración de la guía:	10 Horas

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial

Bienvenido estimado aprendiz a la Actividad de aprendizaje 3 del programa de formación: **Cátedra virtual del pensamiento empresarial - Módulo I: Mentalidad empresarial.**

Es muy importante reflexionar y conocer los conocimientos previos que tiene sobre el tema, se sugiere resolver las siguientes preguntas:

1. ¿Conoce sobre las promociones de ventas de las empresas?
2. ¿Ha realizado estudios sobre los mercados?
3. ¿El mercado brinda diversas oportunidades, está de acuerdo?

Nota: El ejercicio que acabó de resolver además de reflexionar y observar su conocimiento respecto al comportamiento del mercado, la creación e Innovación del producto y el presupuesto para la promoción de ventas, tiene como finalidad motivarlo y encaminarlo en el desarrollo de los temas de la presente actividad de aprendizaje, por tal motivo no tiene calificación.

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

Después de haber reflexionado respecto a las anteriores preguntas:

- Responda el "**Cuestionario de contextualización 3**", siguiendo las indicaciones que en el mismo aparece**.**

La ruta que debe seguir es:

Ingrese a través del enlace **"Actividad 3"** el cual se encuentra en el menú principal**:**

- De clic en "**Cuestionario de contextualización 3**", lea las instrucciones, luego **Comenzar** y cuando finalice **Enviar**.

Recuerde que:

- El cuestionario de contextualización no es evaluable, sin embargo es importante que lo resuelva, pues el instructor lo tiene en cuenta durante el desarrollo del programa de formación.
- El **Foro de dudas e inquietudes** fue creado para que realice consultas relacionadas con el programa de formación. Este foro no es calificable.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

Es necesario conocer lo que el cliente desea, para entregar productos o servicios a los clientes de calidad que incrementen las ventas en correspondencia con la estrategia promocional.

Para realizar la actividad de aprendizaje debe:

- Realice lectura cuidadosa del **Material de formación 3**, en versión interactiva y descargable, seguidamente realice las siguientes tareas:

- Participar en el foro de discusión: **"Actividad 3 – Evidencia 1"**, sobre "**Estudio de caso Seleccionando ideas de negocios**", dando clic en el Foro de discusión

"**Actividad 3 – Evidencia 1"**. Hágalo activamente dejando su apreciación y comente dos aportes de los compañeros.

La ruta que debe seguir es:

- Del menú principal haga clic en la opción "**Actividad 3"**, encontrará: el "**Material de formación 3",** en versión interactiva y descargable para que lo revise e interiorice su contenido.
- Para participar en el foro ingrese a través del enlace **"Actividad 3"** el cual se encuentra en el menú principal**.** La pregunta que orientará la discusión en el foro es: ¿Cómo se establece un presupuesto de promoción, teniendo en cuenta el tiempo y las condiciones del mercado?

Recuerde que:

- La participación en el foro de discusión: **"Actividad 3 – Evidencia 1"**, sobre "**Presupuesto de promoción**" es evaluable.
- Para dar los aportes pertinentes en el foro, requiere revisar lo que han comentado los demás compañeros con el fin de no hacer los mismos aportes. Además, es importante que lea los tutoriales que se encuentran en el menú del programa.
- Cuenta con el espacio de las sesiones en línea, en donde el instructor aborda el tema del material de formación, explica las actividades que contiene la guía de aprendizaje, resuelve dudas y da orientaciones generales para la próxima semana.

3.4 Actividades de transferencia de conocimiento

Uno de los objetivos de este programa de formación es que aprenda a crear productos innovadores, aplicando técnicas como *What if*?, y a evidenciar qué es ventaja competitiva para un emprendimiento.

Para realizar la actividad de aprendizaje debe:

- Elaborar la **"Actividad 3 – Evidencia 2"**, la cual consiste en el desarrollo del ejercicio práctico Creación e innovación del producto.

La ruta que debe seguir es:

- Ingrese a través del enlace **"Actividad 3"** el cual se encuentra en el menú principal**:**

- De clic en el ejercicio práctico "**Actividad 3 – Evidencia 2"**, lea las instrucciones, luego "**Adjuntar archivo**" escriba en "**Comentarios**" y cuando finalice seleccione "**Enviar**", para enviar el informe al instructor.

Recuerde que:

- La elaboración y respectiva entrega de la **"Actividad 3– Evidencia 2"**, la cual consiste en el desarrollo del ejercicio práctico Creación e innovación del producto, es evaluable.
- Para realizar el ejercicio práctico debe diligenciar el siguiente formato en una hoja de procesador de texto, encabezada con el nombre del ejercicio práctico, en el siguiente renglón el nombre del instructor y en el último renglón sus nombres y apellidos.
- En su producto o servicio que representa su idea de negocios, describa sus atributos de: color, forma, tamaño, usos, en la siguiente tabla:

Descripción de atributos del producto	
Color	
Tamaño	
Forma	
Uso	

- Responda las preguntas que seleccione según considere importantes y necesarias para la innovación, relacionadas en la tabla "**Resumen de Preguntas**", pero registre las respuestas en la tabla última de esta sección.
- Cada respuesta debe ir registrada en dicha tabla, es muy importante ir evaluando el resultado de las modificaciones que va experimentando, hasta que logre algo que según sus investigaciones de mercado, estime es innovador y que va a impactar el mercado.

Resumen de Preguntas	
¿Aplicar a otros usos?	¿Nuevas maneras de usarlo tal como esta? ¿Otros usos si se modifica?
Adaptar	¿Qué otra cosa es como esta? ¿Qué otra idea sugiere esto? ¿Había algo paralelo antes? ¿Qué podría copiar? ¿A quién podría yo emular?
Modificar	¿Nuevo giro? ¿Cambiar significado, color, movimiento, sonido, olor, forma, aspecto? ¿Otras formas o aspectos?
	¿Qué agregar? ¿Más tiempo? ¿Mayor frecuencia?

¿Agrandar, aumentar?	¿Más fuerte? ¿Más alto? ¿Más largo? ¿Más grueso? ¿Mayor valor? ¿Ingrediente adicional? ¿Duplicar? ¿Multiplicar? ¿Exagerar?

- Registro de preguntas orientadas a crear un producto innovador y de atributos finales para el producto innovado.

Atributo	Original	Respuestas a Pregunta	Producto Innovado
Color			
Tamaño			
Forma			
Uso			

Nota: si al momento de enviar el archivo (**Actividad**), el sistema genera el error: **Archivo inválido**, debe tener en cuenta que este error surge porque:

En el momento que está adjuntando el archivo, lo tiene abierto. Ciérrelo y pruebe nuevamente adjuntándolo en **Adjuntar archivo** en el botón **Examinar mi equipo**.

3.5 Actividades de evaluación

Los aspectos que se tendrán en cuenta para la revisión de las actividades que son evaluables se relacionan a continuación:

Lista de chequeo para evaluar la participación en el foro:

Criterios	Comentario	Si	No
Calidad de los aportes	Sus aportes son profundos, producto del análisis, reflexión y conocimiento del tema.		
Interacción con sus compañeros	Alta interacción con sus compañeros, participó mínimo dos (2) veces.		
Apoyo y seguimiento en los temas	Se preocupa por la participación en el foro.		

Construcción de diálogo virtual	Sus aportes son realizados en la secuencia de diálogo virtual, que se desprende a partir de la primer intervención.		
Redacción y ortografía	Los textos no presentan errores ortográficos y hay coherencia clara en lo escrito.		
Puntualidad y cumplimiento	En tiempo, referenciado a los períodos establecidos para la participación.		

Lista de chequeo para evaluar el ejercicio práctico:

Criterios	Comentarios	Si	No
Descripción inicial de los atributos del producto	La descripción inicial de los atributos del producto, en cuanto a color, tamaño, forma y uso, es clara y precisa.		
Formulación de preguntas	La formulación de las preguntas es coherente y guarda alta correlación con los atributos del producto.		
Respuestas a preguntas	Las respuestas a las preguntas son precisas y permiten hacer posible una mejora en el producto.		
Investigación de mercados	La Investigación de mercados ha sido profunda y de carácter exploratorio para fundamentar esas posibilidades de innovación.		
Cambios en las atributos iniciales del producto	Los atributos iniciales de su producto han cambiado considerable como consecuencia de la investigación del mercado		
Producto innovado	Su producto ha sido innovado y por tanto genera un valor agregado diferencial.		

Recuerde:
Para que sea aprobada cada una de las actividades, estas deben cumplir con todos los criterios de evaluación, en caso de no aprobar alguno, será evaluada la actividad con (D) No aprobó.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
EVIDENCIA DE DESEMPEÑO Foro de discusión: Presupuesto de promoción.	Establece presupuesto de promoción fundamentados en el tiempo y el comportamiento del mercado.	Lista de chequeo

EVIDENCIA DE PRODUCTO Ejercicio práctico: Creación e innovación del producto.	Establece presupuesto de promoción fundamentados en el tiempo y el comportamiento del mercado.	Lista de chequeo

4. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Canal: Medio de comunicación por donde es reproducido el mensaje, puede ser radial, televisivo, prensa o internet.

Código: Son las diversas formas y estilos que tiene el vendedor de transmitir el mensaje.

Comunicación técnica: Es el proceso de la transmisión de información a través de diferentes medios.

Creación: Construcción, producción o fabricación de una cosa por primera vez.

Emisor: Persona encargada de suministrar el mensaje publicitario.

Estrategia de ventas: Son acciones que se llevan a cabo con el fin de cumplir los objetivos propuestos de ventas.

Innovación: Concepto que aplica en el sentido de nuevas propuestas, inventos y su implementación económica. Término que se aplica a nuevos productos, servicios o procedimientos y que realmente encuentran una aplicación exitosa imponiéndose en el mercado, a través de la difusión.

Mensaje: Contenido de la información que se trasmite al potencial de compradores.

Mercado: Espacio en el cual confluyen las fuerzas de la demanda y de la oferta para intercambiar, vender y comprar bienes y servicios a un precio determinado.

Producto: En mercadotecnia, 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.

Promoción de venta: Es una herramienta o variable de la mezcla de promoción (comunicación comercial), la cual consiste en incentivos a corto plazo para los consumidores, los miembros del canal de distribución o los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio.

Presupuesto promoción de la venta: Predicciones que canalizan los costos y gastos de todos los rubros que intervienen en la promoción.

Receptor: Persona que potencialmente recibe el mensaje.

Técnicas de promoción: Se integran al plan de *marketing* para alcanzar objetivos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y que son dirigidas a una población objetivo. Son incentivos que se ofrecen a los consumidores para que compren o adquieran un servicio a corto plazo, con el fin de incrementar las ventas.

Técnicas de innovación: Incluye alteraciones técnicas a los atributos de un producto o servicio.

Plan de mejoramiento: Acciones encaminadas a corregir desviaciones cuando estas son identificadas, una vez se conoce el resultado de la medición con referente a un indicador de gestión.

5. BIBLIOGRAFÍA

Cabrera, J. (2011). *La innovación el trabajo de todos. Cabrera Magnamment Consultants. Bajo licencia Creative Commons: BY, NC, S.A.* Consultado el 23 de diciembre de 2013, en http://goo.gl/rMlRgT

Fred, D. (2008). *Conceptos de Administración Estratégica.* México: Persone Prentice Hall.

Crawford, R. (1980). *Estrategias para la creatividad*. Buenos Aires: Ed. Paidós.

Quijano, G. (2016). *4 razones que hacen de Steve Jobs el innovador más grande del mundo.* Consultado el 5 de agosto de 2016, en http://goo.gl/7yMh2q

Quijano, G. (2016). *5 Estrategias que toda Pyme debe tener hoy para no morir en el Mercado.* Consultado el 5 de agosto de 2016, en http://goo.gl/IKO7uC

Schultz, E. y Robinson, W. (1995). *Cómo dirigir la promoción de sus ventas: Una guía completa para incentivar las ventas de sus productos o servicios.* Barcelona, España: Ediciones Gránica.

6. CONTROL DEL DOCUMENTO

Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
José Herney Sánchez Pizarro	Experto temático		01-09-2016
Kennia Andrea Peña Barrera	Asesora pedagógica	Línea de producción virtual	
Zulma Yurany Viancha Rodriguez	Líder	Línea de producción virtual	