**Sucre vereda La Granja, Mayo de 2020**
**Emprendedor en procesamientos de productos panificables**
**Lider: Carlos Muñoz celular: 3213692473**
**Mercy Corps THEO MEZA**

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Emprendedor en procesamiento de productos panificables.

- **Código del Programa de Formación:** 96151520 v.2
-

- **Nombre del Proyecto (si es formación Titulada):** Conformacion de unidades productivas para la elaboración de productos panificables de manera artesanal y sermi industrial en los diferentes municipios del departamento del cauca.
-
- **Fase del Proyecto (si es formación Titulada):** Planeación

- **Actividad de Proyecto(si es formación Titulada):** Planificar los procesos de marketing, teniendo en cuenta los distintos escenarios posibles acorde con la realidad empresarial de las unidades productivas diagnosticadas, teniendo en cuenta las condiciones

- **Competencia:** Negociar productos o servicios según las estrategias

- **Resultados de Aprendizaje:**

  Definir objetivos de negociación de acuerdo con el planteamiento y direccionamiento estratégico de la organización.

  -Establecer condiciones de acuerdos y contratos acorde con el ciclo de servicio y resultados de negociación

- **Duración de la Guía:** 9 horas

## 2. PRESENTACION

El éxito de cualquier producto depende en parte de la habilidad del mercado , meta en poder distinguirlo en relación a otro, y la asignación de la marca es la herramienta principal que las empresas tienen para lograr esto.

A través de la guía usted obtendrá los elementos para poder desarrollar el nombre, la marca de un producto, misión, la visión, teniendo en cuenta las características de los mismos y los resultados de una investigación, lo que le permitirá ampliar sus conocimientos relacionados al área de estudio.

Espero que este sea un espacio de total agrado en el podamos entablar un ambiente de cooperativismo y trabajo en equipo.

Por lo cual el desarrollo de esta guía también le permitirá, comprender los conocimientos enfocados en la segmentación de mercados, identificando las diversas características de los consumidores.

**"LO QUE CONSTRUYE LA MARCA NO ES EL MENSAJE, ES LA EXPERIENCIA QUE SE VIVE CON ELLA"**

## 3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

### 3.1 ACTIVIDADES DE REFLEXIÓN INICIAL.

Es necesario analizar a cerca de la importancia que tiene este resultado de aprendizaje dentro de su programa de formación, por tal razón, ralice a manera individual un escrito en su cuaderno en el que realce la relación que usted encuentra, la importancia que ve, las expectativas de conocimiento que tiene y experiencias asociadas en la unidad productiva que esta cursando.

- Ambiente Requerido: Lugar de estudio
- Materiales: Cuaderno, lápicero.
- Duración: 1 hora.

### 3.2 ACTIVIDADES DE CONTEXTUALIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE CONOCIMIENTOS NECESARIOS PARA EL APRENDIZAJE

3.2.1 **Toma de Aprendizajes Previos:** cada uno de manera individual, ubicados en sus hogares, se les solicita que con base en sus conocimientos definan una respuesta a cada unos de los siguientes palabras. Marca, logo, slogan, misión y visión.

- Ambiente Requerido: lugar de estudio
- Materiales: Hojas de Block, colores, marcadores, tijeras, revistas, colbón
- Duración: 2 horas.

### 3.3 ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO

**3.3.1 Actividad de Aprendizaje 1: CONOCER LOS ELEMENTOS DE DESARROLLO DEL NOMBRE, MARCA, SLOGAN, MISION Y VISION, DEL PRODUCTO TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERISITICAS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.** El aprendiz organiza de acuerdo a las indicaciones del instructor y ubicado en su residencia de aprendizaje, realizar las siguientes actividades con base en el documento y video de apoyo denominado IMAGEN CORPORATIVA, el cual se les enviara por medio de whatsapp,

https://www.youtube.com/watch?v=QgQsP_AvjF8

1. Leer, identificar y analizar el documento de apoyo proporcionado
2. Presentar ejemplo de la imagen corporativa de la unidad productiva.

El instructor estará pendiente para resolver cualquier inquietud o duda.

- Ambiente Requerido: Lugar de estudio
- Materiales: hojas block, colores, marcadores
- Duración: 2 horas

**3.3.2 Actividad de Aprendizaje 2: DESARROLLAR LA MARCA DE UN PRODUCTO O SERVICIO CORRESPONDIENTE A SUS UNIDADES PRODUCTIVAS DE ACUERDO A LAS NECESIDADES.** Ubicados en sus casas y de manera individual, se les solicita a los aprendices desarrollar la imagen corporativa ( marca, logo, slogan, misión, visión ) de su producto, de su unidad productiva de acuerdo a las necesidades.

1. Describir en una hoja de cuadernillo la imagen corporativa.

- Ambiente Requerido: Lugar de estudio
- Materiales: hojas de cuadernillo, colores, lapiz
- Duración: 2 horas.

**3.3.3 Actividad de Aprendizaje 3: EVALUAR A TRAVES DE UN INFORME EL PROCESO VIVENCIAL DEL DESARROLLO DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE UN PRODUCTO Y DE LA UNIDAD PRODUCTIVA DE ACUERD A LAS NECESIDADES.:** El aprendiz debera desarrollar de acuerdo al emprendimiento las siguientes actividades:

1. Elaborar una hoja que contenga la imagen corporativa de acuerdo a la idea de negocio seleccionada: realizando la descripción de la unidad productiva de su emprendimiento, (nombre, logo, slogan, misión, visión)

2. Enviar esta evidencia por medio de whatsapp.

- Ambiente Requerido: Lugar de estudio
- Materiales: hojas de block, lapicero
- Duración: 2 horas.

**3.4 ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO**

*Subactividad 1:* Teniendo en cuenta la Actividad de Aprendizaje 3 que realizó anteriormente, diseñe en una hoja de block graficamente en la que especifique cada uno de componentes de definidos.

- Ambiente Requerido: Lugar de estudio
- Materiales: hojas de block, regla, colores, lápiz, marcadores
- Duración: 2 horas.

**El instructor estará disponible para cualquier inquietud.**
**Correo electrónico jennyarevalom@hotmail.es**

**4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN**

| Evidencias de Aprendizaje | Criterios de Evaluación | Técnicas e Instrumentos de Evaluación |
|---|---|---|
| **Evidencias de Conocimiento:** Taller de imagen corporativa | Identifica la realidad económica y laboral de su sector. | **Técnica:** Observación **Instrumento:** Lista de Chequeo |
| **Evidencias de Desempeño:** Documento en hojas de block Imagen corporativa de la unidad productiva | Entrega de la descripción del material de laboratorio, Test de afianzamiento y sondeo de lo aprendido | **Técnica:** Observación **Instrumento:** Lista de Chequeo |
| | Describe misión y visón de su unidad productiva con sus especificaciones de acuerdo con la tipología del proyecto. | **Técnica:** Observación |

| | | |
|---|---|---|
| **Evidencias de Producto:**<br>Hoja de block<br>imagen corporativa del emprendimiento<br>Presentación en hojas de block | Identifica los conceptos claramente sobre marca, eslogan y logotipo de acuerdo al tipo de empresa | **Instrumento:** Lista de Chequeo |

## 5. GLOSARIO DE TERMINOS

**Identidad de marca:** Aplicando a la marca personal responde a la regunta "quien eres" con dimensiones profesionales y personales.

**Manual de identidad de marca**: Es un documento donde se marcan los usos de la imagen de la marca y sus elementos graficos a respetar,

**Marca**: Es una identificación con la que se relaciona y ofrece un producto o servicio al mercado. No es sinónimo de logotipo.

**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

**Logo:** E sun signo grafico que identifica a una empresa, un producto comercial o en general, cualquier entidad publica o privada.

**Slogan:** Es una frase memorable usada en un contexto comercial .

**Mapa de posicionamiento**: documento que recoje el lugar que ocupa la marca con sus competidores, se definen las fortalezas, las debilidades, las oportunidades y amenazas que tiene el negocio frente a su competencia y asi encontrar una diferenciación clara.

## 6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

**Pueden consultar temas referentes a los expuestos en esta guía de cualquier libro que trate de Imagen corporativa.**

**De igual manera puede consultar los matriales que se encuentran en la biblioteca del Sena:**

**www.sena.edu.co**

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)** | JENNY LUCIA AREVALO MUÑOZ | Instructora | C. Comercio y Servicios | Mayo 2020 |

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

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|---|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | | | | | |