PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Operación Turística Local
- Código del Programa de Formación: 633100
- Nombre del Proyecto: Diseño de paquetes turísticos para promover nuevas rutas turísticas en el departamento de la Guajira.
- Fase del Proyecto: PLANEACION
- Actividad de Proyecto: IDENTIFICAR E INTERPRETAR LAS IDEAS BÁSICAS DEL PROCESO DE FORMACIÓN PARA CONTRIBUIR CON EL MEJORAMIENTO Y EL BUEN CUMPLIMIENTO DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN
- Competencia: DISEÑAR PAQUETES TURÍSTICOS DE ACUERDO CON COMPONENTES TÉCNICOS Y ESTÁNDARES DE SERVICIO
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: 2. DETERMINAR LAS OPORTUNIDADES DEL MERCADO TURÍSTICO DE ACUERDO CON LA CARACTERIZACIÓN DEL TERRITORIO.
- Duración de la Guía: 37 horas

2. PRESENTACIÓN

Estimados aprendices siguiendo en la lina de la ejecución de la formación específicamente en el maravilloso mundo del turismo como actividad económica lo cual supone un gran desafíos en la Operación Turística Local, por lo que de manera entusiasta, reflexiva y crítica abordaremos cada uno de los conocimientos del saber propuesto en los resultados de aprendizaje que para esta guía corresponde a la Evolución, Historia y Clasificación del Turismo (Forero, 2016) Desarrollaremos estos contenidos analizando lecturas en grupos colaborativos, visualización de videos, transferencia de conocimiento, participación activa y retroalimentación de cada una de las temáticas en el ambiente de aprendizaje, todo bajo los lineamientos del modelo pedagógico Formación Profesional Integral (SENA, 2019) Estaré siempre presta para servirles a fin de llevar a feliz término la orientación de su programa de formación.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- Descripción de la(s) Actividad(es)

3.1. Actividades de reflexión inicial

La segmentación de mercado, también conocida como segmentación de clientes o segmentación de audiencias, es un método por el cual se pueden dividir a los clientes potenciales en distintos grupos, los cuales, permiten que las empresas puedan enviar mensajes personalizados a las audiencias correctas. La segmentación como término general puede dividirse en otras grandes categorías como segmentación por ubicación, u otras categorías más precisas como segmentación por edad. Al usar este tipo de técnicas, las campañas de marketing son más efectivas debido a que impactan a las personas correctas con contenido adaptado a cada una de ellas.

Querido aprendiz con base a lo anterior en su cuaderno o material de trabajo, responda las siguientes preguntas:

¿Qué es un Segmentacion de Mercado?

¿Para que sirve la Segmentación de Mercado?

Invito al aprendiz a apropiarse del conocimiento, a reflexionar y a aplicar con esfuerzo y buen ánimo, el resultado de aprendizaje que se presenta en esta actividad de proyecto. De la calidad de su compromiso, depende en gran medida el buen éxito que le ha de acompañar durante su ejercicio profesional.

3.2. Actividades de Contextualización e Identificación de Conocimentos Necesarios Para el Aprendizaje.

La siguiente evaluación tiene como objetivo conocer los conocimientos previos relacionados con el programa de formación.
Por favor responda a las siguientes preguntas.

La segmentación, normalmente, se divide en cuatro grandes subcategorías
¿Cuáles son los distintos criterios de segmentación que se dividen en 4 subcategorias?
Marcar con una X la respuesta correcta

- Comportamiento, ubicación, demografía y psiccografia.
- Emprendimiento, localización, estructura y destino
- Espacio, ubicación,

¿A que se le denomina en la segmentación de mercado el termino ubicacion?
Marque con una X la respuesta correcta

- País, Region, Comunidad, Provincia, Ciudad, Pueblo, Area.
- Mundo
- Localidades especificas.

Cuantas características maneja la segmentación de mercado?
Marque con una X la opción correcta.

- 4
- 3
- 2

3.3 Actividades de apropiación.

Actividad 1. SEGMENTACION DE MERCADO.

Después de leer, analizar y socializar por parte del instructor el material de formación, **SEGMENTACION MERCADO,** los aprendices deben realizar la siguiente actividad de aprendizaje:

Queridos aprendices, para reafirmar los conceptos aplicados en la formación, por favor realice las siguientes actividades:

- Después de haber leído detalladamente la temática e información propuesta por el instructor el aprendiz debe realizar en grupos de a cuatro una lluvia d ideas de como se debe segmentar el mercado turístico del departamento.
- Elaborar un trabajo escrito presentable de la actividad anteriormente mencionada.
- Socializar ante el gran grupo.
- Amplíe los conceptos de conocimientos de aquellas palabras que en el texto entregado sean totalmente desconocidas para usted, ampliar conceptos investigando más a fondo sobre la Segmentacion de Mercado usando como referencia de investigación la biblioteca virtual SENA (http://biblioteca.sena.edu.co) o en sitio web de su preferencia.

Actividad 2. MERCADEO

Después de leer, analizar y socializar el instructor el material de formación: **MERCADEO** y además se entrega material de consulta para ampliar los conocimientos.
Los aprendices realizaran la siguiente actividad de aprendizaje.

En grupo colaborativo de 3 aprendices deberán investigar, analizar y apropiarse de las siguientes tematias de la cual realizaran una exposición ante el gran grupo.

1. Que es mercadeo.
2. Fases del mercadeo
3. Elementos del mercadeo.
4. Estrategias de mercadeo
5. Que es producto en mercadeo.
6. Cual es el ciclo de vida del producto en mercadeo
7. Cuales son los canales de distribución.

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

Teniendo en cuenta las orientaciones brindadas por el instructor, el material de apoyo que se uso para adquirir conocimientos y la investigación realizada por el aprendiz, elaborar un cuestionario de 5 preguntas relacionadas con las temáticas Segmentacion de mercado y 5 preguntas con la tematica Mercadeo. Luego de elaborarlas intercambiaremos con los dems aprencides para responderlas de ahí realizaremos un cuestionario de 20 preguntas las cual servirán para el examen final.

- Ambiente Requerido
  - Una sala de sistema o un ambiente convencional

- Materiales
  - Televisor o video beam con sus respectivos cables
  - Computadores con conectividad a internet.
  - Tablero y marcadores

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: **Investigación y adquisición de conocimientos previos**	INVESTIGAR Y AFIANZAR LOS CONOCIMIENTOS BASANDOSE EN LAS DIRECTRICES ESTABLECIDAS.	**Técnica: socialización de la actividad realizada en el gran grupo**
Evidencias de Desempeño: **Desarrollo de trabajo escrito.**	EVIDENCIAR DE FORMA FISICA LA ACTIVIDAD PROPUESTA POR EL INSTRUCTOR.	**Técnica: observación y socialización**
Evidencia de producto. **Investigar las temáticas propuestas y apropiación del tema.**	EXPOSICON DE LA TEMATICA COMPARTIDA POR EL INSTRUCTOR	**Técnica: verificación** **Instrumento lista de chequeo**

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Mercadeo: también conocido como marketing, es “el proceso de estimular intencionalmente la demanda y la compra de bienes y servicios” a través de diferentes estrategias. En la actualidad, y

como consecuencia directa de la transformación digital, el mercadeo ha evolucionado hacia lo digital.

Ventas: son las actividades realizadas para incentivar potenciales clientes a realizar una determinada compra. El concepto de ventas es muy amplio, pero básicamente consiste en el acto de negociación en el cual una parte es el vendedor y la otra el comprador.

Mercado: Se entiende como mercado al conjunto de transacciones de compra y venta de productos o servicios, llevadas a cabo por individuos y empresas. Es decir, es un entorno de compra-venta operado por personas, que abriga a determinados bienes y servicios demandados por la sociedad.

Segmentación: Es la división del público objetivo de la empresa en grupos o subgrupos. Mediante la segmentación de mercado, la empresa puede adaptar sus campañas de ventas y sus estrategias de marketing con el fin de que estén dirigidas específicamente a los segmentos identificados.

Psicográficas: En el campo de la mercadotecnia, se llama psicografía al estudio y clasificación de las personas según sus actitudes, aspiraciones y otros criterios psicológicos.

Muestreo: El muestreo es un proceso o conjunto de métodos para obtener una muestra finita de una población finita o infinita, con el fin de estimar valores de parámetros o corroborar hipótesis sobre la forma de una distribución de probabilidades o sobre el valor de un parámetro de una o más poblaciones.

Muestra: Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se vera más adelante. La muestra es una parte representativa de la población.

Conductuales: La conducta es el conjunto de actos, comportamientos, exteriores de un ser humano, que resultan visibles y plausibles de ser observados por otros. Pueden ser muy variadas, desde sentarse, hablar, caminar, relacionarse con otros, etc.

Cliente: es aquella persona que solicita un bien o servicio a cambio de un pago y no todos tienen las mismas características. Existen diferentes tipologías de clientes. Los clientes de una empresa son aquellos que contratan de forma ocasional o frecuente los servicios o productos que esta ofrece.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

LIBROS DE CONSULTAS:

http://www.bibliotecavirtual.sena.edu.co/

Forero, A. (22 de Noviembre de 2016). *Historia del Turismo*. Recuperado el 23 de Febrero de 2019, de https://www.youtube.com/channel/UCh2IMATDBwZdTFoOScLWMmg
Ley 1558 de 2012. (s.f.). *Artículo 26 - Congreso de la República de Colombia.*

SENA. (2019). *compromiso.sena.edu.co*. Obtenido de Guía para el Desarrollo del Proceso Formativo: http://compromiso.sena.edu.co/documentos/vista/descarga.php?id=1309

SENA. (2019). *compromiso.sena.edu.co*. Obtenido de Gestión de Formación Profesional Integral: http://compromiso.sena.edu.co/documentos/vista/descarga.php?id=1340

SENA. (2019). *Correo Misena*. Recuperado el 28 de Febrero de 2019, de http://www.misena.edu.co/

SENA - Servicio Nacional de Aprendizaje
FAVA - Formación en Ambientes Virtuales de Aprendizaje
Viceministerio de Turismo. (2008). Metodología para la Elaboración de Inventario Turístico. Recuperado Febrero 25, 2008, de http://www. contratos.gov.co/archivospuc1/2010/DA/225307001/10-15-416031/ DA_PROCESO_10-15-416031_225307001_2167294.pdf

https://www.abtasty.com/es/blog/segmentacion-de-mercado-definicion-tipos-y-estrategia/
https://blog.hubspot.es/marketing/segmentacion-mercado
https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experciencia/marca/segmentacion-de-mercado/
https://www.simla.com/blog/segmentacion-de-mercado
https://edis.ifas.ufl.edu/publication/FE978

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**GISEL ALMAZO REDONDO**	**INSTRUCTOR**	**CAA**	**14-02-2023**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					